

Sertifisering av reiseliv - miljøtiltak eller markedsføring?

Hanne Haaland
Øystein Aas



*Rapport fra prosjektet
"Turistbasert næringsvirksomhet i verneområder
- muligheter og hindringer"
Et brukerstyrt samarbeidsprosjekt mellom NORSKOG og NINA*



NINAs publikasjoner

NINA Rapport

Dette er en ny, elektronisk serie fra 2005 som erstatter de tidligere seriene NINA Fagrapport, NINA Oppdragsmelding og NINA Project Report. Normalt er dette NINAs rapportering til oppdragsgiver etter gjennomført forsknings-, overvåkings- eller utredningsarbeid. I tillegg vil serien favne mye av instituttets øvrige rapportering, for eksempel fra seminarer og konferanser, resultater av eget forsknings- og utredningsarbeid og litteraturstudier. NINA Rapport kan også utgis på annet språk når det er hensiktsmessig.

NINA Temahefte

Som navnet angir behandler temaheftene spesielle emner. Heftene utarbeides etter behov og serien favner svært vidt; fra systematiske bestemmelsesnøkler til informasjon om viktige problemstillinger i samfunnet. NINA Temahefte gis vanligvis en populærvitenskapelig form med mer vekt på illustrasjoner enn NINA Rapport.

NINA Fakta

Faktaarkene har som mål å gjøre NINAs forskningsresultater raskt og enkelt tilgjengelig for et større publikum. De sendes til presse, ideelle organisasjoner, naturforvaltningen på ulike nivå, politikere og andre spesielt interesserte. Faktaarkene gir en kort framstilling av noen av våre viktigste forskningstema.

Annen publisering

I tillegg til rapporteringen i NINAs egne serier publiserer instituttets ansatte en stor del av sine vitenskapelige resultater i internasjonale journaler, populærfaglige bøker og tidsskrifter.

Norsk institutt for naturforskning

Sertifisering av reiseliv – miljøtiltak eller markedsføring?

Hanne Haaland
Øystein Aas

Haaland, H. & Aas, Ø. Sertifisering: Miljøtiltak eller markedsføring?
- NINA rapport 144, 56 pp.

Oslo/Lillehammer, april 2006

ISSN: 1504-3312
ISBN: 82-426-1695-7

RETTIGHETSHAVER
© Norsk institutt for naturforskning
Publikasjonen kan siteres fritt med kildeangivelse

TILGJENGELIGHET
[Åpen]

PUBLISERINGSTYPE
Digitalt dokument (pdf)

REDAKSJON
Hanne Haaland & Margrethe Tingstad

KVALITETSSIKRET AV
Børre Dervo

ANSVARLIG SIGNATUR
Forskningssjef Børre Dervo (sign.)

OPPDRAGSGIVER(E)
Norges forskningsråd, programmet Marked og Samfunn, Skogtiltaksfondet og Skattefunn

KONTAKTPERSON(ER) HOS OPPDRAGSGIVER
Trond Værnes

FORSIDEBILDE
Børre Dervo

NØKKELOD
Naturbasert turisme
Sertifisering
Godkjenningsordninger
Verneområder

KEY WORDS
Nature Based Tourism
Certification

KONTAKTOPPLYSNINGER

NINA Trondheim
NO-7485 Trondheim
Telefon: 73 80 14 00
Telefaks: 73 80 14 01

NINA Oslo
Postboks 736 Sentrum
NO-0105 Oslo
Telefon: 73 80 14 00
Telefaks: 22 33 11 01

NINA Tromsø
Polarmiljøsenderet
NO-9296 Tromsø
Telefon: 77 75 04 00
Telefaks: 77 75 04 01

NINA Lillehammer
Fakkeltgården
NO-2624 Lillehammer
Telefon: 73 80 14 00
Telefaks: 61 22 22 15

<http://www.nina.no>

Sammendrag

Haaland, H. & Aas, Ø. Sertifisering: Miljøtiltak eller markedsføring? NINA rapport 144, 56 pp.

Formålet med rapporten er å gjennomgå internasjonale erfaringer med sertifiserings- eller godkjenningsordninger for naturbasert reiseliv. Sertifiseringsordninger er ett av en rekke tiltak som kan bidra til at turisme i sårbare og utsatte områder ikke medfører uakseptable skader på verneverdier og andre interesser. Internasjonalt er turismen den næringen i verden med raskest vekst, en utvikling som også gjelder for Norge. Et økt fokus på reiselivet som et nasjonalt satsingsområde og på norsk natur som en sentral del av Norge som reiselivsdestinasjon byr på utfordringer. Næringen og myndighetene er opptatt av å sikre produktkvalitet. Sertifisering er nevnt som ett middel for å oppnå dette. På globalt nivå er frivillige sertifiserings- og godkjenningsordninger et etter hvert mye brukt verktøy innen reiselivet. Tall fra 2002 viste at det fantes ca 260 ulike frivillige initiativ verden over.

Som eksempler har vi valgt å se nærmere på det svenske programmet Naturens Bäste; CST, det costaricanske sertifiseringsprogrammet for merking av bærekraftig turisme og EcoCertification, Australias program for sertifisering av økoturisme, naturturisme og avansert økoturisme. To av disse programmene har eksistert over relativt lang tid. Det tredje, Naturens Bäste, er av nyere dato men har høstet mange viktige erfaringer fra de to andre for sin etablering og utvikling. For vår gjennomgang har vi basert oss på eksisterende litteratur om feltet, og programmene hjemmesider. I tillegg har vi hatt noe direkte kommunikasjon med involverte aktører i Naturens Beste og CST.

Eksemplene viser at initiativ og utvikling av sertifiseringsprogrammer oftest er et resultat av samarbeid mellom brede interesser, både fra private aktører, næringsorganisasjoner og myndigheter. Dette er sentralt for at programmet skal ha støtte og legitimitet blant eventuelle brukere. Bærekraftige finansieringsordninger er ofte en flaskehals for driften av ulike ordninger. En kombinasjon av offentlige og private midler virker uansett nødvendig i en etableringsfase. Egenfinansiering tar tid å oppnå og det er kun det australske programmet som så langt er selvfinansierende av de tre. De faglige kriteriene utgjør selve kjernen i programmene og disse kan være prosess- eller prestasjonsbaserte. For å motivere aktørene til et bedre miljønivå på virksomheten er det viktig at de favner videre enn generelle, offentlige miljøkrav, og de må være klart definerte. Mens noen programmer retter seg mot spesifikke produkter og ikke generelt mot bedrift/virksomhet, vektlegger andre å sertifisere operatør, noe som reflekteres i utformingen av kriteriene.

Evaluering og revisjon er sentrale element ved sertifiseringsprogrammer og godkjenningsordninger. I utgangspunktet skal et selskap som driver sertifisering av andre være akkreditert av et akkrediteringsorgan for å kunne bedømme hvorvidt et produkt eller en bedrift oppfyller visse standarder (tredjepartsevaluering). Her ligger det altså en kontroll av kontrollørene. For flere av sertifiseringsprogrammene er dette en akilleshæl fordi økonomien ikke tillater en slik form for evaluering. Resultatet er at innen flere programmer har samme instans ansvar for både markedsføring av program, håndtering av innkomne søknader og utstedelse av sertifisering. Det gir grunn til å stille spørsmål ved programmenes troverdighet. Her synes det også å ligge en forskjell mellom sertifisering av denne type reiseliv og sertifisering av varer og industriprodukter. Såkalte godkjenningsordninger, a la Naturens Beste, har oftest ikke en tredjepartsevaluering.

De tre programmene som er brukt som eksempler i denne rapporten adresserer i liten grad forholdet til verneområder. Den australske modellen er den som i størst grad tar stilling til dette.

Det rettes generelt en del kritikk mot sertifiseringsprogrammer både fra ulike fagfolk og organisasjoner, hvorav mye dreier seg om i hvilken grad produkter og bedrifter faktisk får en bedre miljøprofil eller om dette først og fremst er et markedsføringsverktøy. Det er et tema som tas opp i den endelige diskusjonen, hvor vi blant annet også drøfter kort sertifisering eller godkjenningsordninger i forhold til andre typer forvaltningsverktøy og frivillige ordninger. Avslutningsvis

gis det også noen konkrete anbefalinger knyttet til utviklingen av en eventuell sertifiseringsordning for norsk naturbasert reiseliv, og vi peker på viktige FoU utfordringer og behov knyttet til en slik etablering. Sertifiserings- eller godkjenningsordninger vil, etter vår vurdering, kunne bidra til en mer miljøvennlig naturbasert turisme i Norge. Samtidig vil en vellykket ordning bidra til å styrke Norges profil som reiselivsdestinasjon. For å få til en vellykket ordning er det avgjørende viktig å benytte de mange og varierte internasjonale erfaringene, og unngå at det etableres konkurrerende ordninger. Ut fra de internasjonale erfaringene er det ikke naturlig å se for seg sertifisering som ett hovedgrep alene i forhold til å sikre at turisme i verneområder skjer innenfor bærekraftige rammer. Sertifisering bør som hovedregel sees i sammenheng med andre virkemidler i verneområdene.

Hanne Haaland, NINA, Postboks 736 Sentrum, Oslo. Epost: Hanne.Haland@nina.no
Øystein Aas, NINA, Fakkeltgården, 2624 Lillehammer, Epost: Oystein.Aas@nina.no

Abstract

Haaland, H. & Aas, Ø. Sertifisering: Miljøtiltak eller markedsføring? NINA rapport 144, 56 pp.

The purpose of this report is to evaluate international experiences with certification or approval systems for nature-based tourism. Certification is one of several initiatives which might prevent unacceptable damage to conservation values and other interests related to tourism in exposed and vulnerable areas. Tourism is the fastest growing business in the world, a development that also applies to Norway. Increased focus on tourism as a national target area and nature as an important part of Norway as destination offers challenges. The tourist business and the authorities want to ensure first-class products, and certification is mentioned as one measure to achieve this goal. On a global level optional certification and approval systems are widely used within the tourism business. Figures from 2002 indicated around 260 initiatives all over the world.

As examples we have chosen to take a closer look at the Swedish program "Naturens Bäste" the Costa Rican certification program for labeling of sustainable tourism "CST", and Australia's program for certification of ecotourism, nature-based tourism and advanced ecotourism "Eco-Certification". The two latter programs have existed over a relatively long period of time while "Naturens Bäste" is of more recent date and has gained valuable experience from the two others. Our study is based mainly on existing literature in the field and the web sites of the mentioned programs. In addition we have been in direct contact with involved parties in "Naturens Bäste" and CST.

The examples show that initiative as well as the development of certification programs often are a result of a broad cooperation between stakeholder groups consisting of private parties, business organizations and authorities. This is central for the support and legitimacy of the program. A bottleneck for the management of many programs is sustainable financing schemes and a combination of public and private funding seems necessary in the establishment phase. Only the Australian program is financially self-supported at this point.

Evaluation and revision are central elements in certification programs and approval systems. In principal a company that is certifying others should be accredited by an accreditation body in order to assess whether a product or business meets certain standards (third party evaluation). For many programs their financial situation limits such a control, the result being that within the programs it is the same body that carries out marketing, handles applications and issues certificates. This gives grounds for questions about credibility. It also appears to be a distinction between certification of tourism and the certification of goods and industrial products. So-called "approval systems" as "Naturens Bäste", do most often not have a third party evaluation.

The three example programs in this report only to a little extent address a connection to protected areas, the Australian model being the program that directs this issue most of the three. Generally certification programs are criticized by professionals and organizations, their main concern being whether products and enterprises achieve an improved environment profile or if such programs act primarily as a marketing tool. This issue is dealt with in our final discussion. Finally a few recommendations are given related to the development of a potential certification program for Norwegian nature-based tourism, pointing out major challenges and requirements. Certification programs or approval systems would in our opinion contribute to a more environment friendly nature-based tourism in Norway and confirm Norway's profile as a destination. The key to success is to make use of international experiences and avoid competing systems. From international experience it is not likely that certification alone will secure a sustainable tourism in protected areas, and should therefore as principal rule be seen in connection with other measures in such areas.

Hanne Haaland, NINA, Postboks 736 Sentrum, Oslo. Epost: Hanne.Haland@nina.no
Øystein Aas, NINA, Fakkeltgården, 2624 Lillehammer, Epost: Oystein.Aas@nina.no

Innhold

Sammendrag	3
Abstract	5
Innhold	6
Forord	7
1 Innledning	8
1.1 Bakgrunn.....	8
1.2 Formål.....	9
2 Metode	11
3 Sertifisering av reiselivsprodukter: et kort historisk tilbakeblikk	12
4 Sertifisering og merking i praksis	19
4.1 Etablering av sertifiseringsordninger.....	19
4.2 Finansiering.....	22
4.3 Kriterier og standarder for sertifiseringsprogrammer.....	23
4.4 Sertifisering, evaluering og revisjon.....	29
4.5 Viktige erfaringer i andre programmer.....	33
4.6 Norske initiativ til sertifisering.....	36
4.7 Hvordan sertifiseringsordningene adresserer forholdet til verneområder.....	38
5 Hvordan sertifiseringsprogrammer blir et godt verktøy for å redusere miljøeffekter av reiseliv	40
6 Diskusjon	44
6.1 Årsaker til veksten i sertifiseringsprogrammer.....	45
6.2 Kritikken mot sertifiseringsordninger innen reiseliv.....	45
6.3 Økonomiske gevinster i å være best i klassen?.....	46
6.4 Nytte versus kostnader.....	46
6.5 Interessen for sertifiseringsordninger hos norske reiselivsbedrifter.....	47
6.6 Konkurransen mellom ordninger.....	48
6.7 Eventuelle merkeordninger og forholdet til verneområder.....	48
6.8 Sertifisering/kvalitetsmerking bør sees i sammenheng med andre virkemidler.....	49
6.9 Punktvis oppsummert – Anbefalinger for videre norsk arbeid.....	50
7 Referanser	51

Forord

Denne rapporten utgjør en av resultatrapportene fra prosjektet "Næringsutvikling i verneområder – muligheter og hindringer". Prosjektet er utført i samarbeid mellom NORSKOG og Norsk institutt for naturforskning i perioden januar 2005 til april 2006. Prosjektet er et såkalt brukerstyrt prosjekt finansiert av Norges forskningsråd, ved programmet Marked og Samfunn (nå innlemmet i AREAL programmet). I tillegg har prosjektet mottatt støtte fra Skogtiltaksfondet og Skattefunn-ordningen. NORSKOG v/Mette Heiberg har hatt det administrative hovedansvaret for prosjektet, mens NINA v/Øystein Aas har hatt det faglige hovedansvaret. Aktiviteten i prosjektet har i all hovedsak vært utført av Mette Heiberg og Haaken M. Christensen fra NORSKOG, og Øystein Aas, Hanne Haaland og Dagmar Hagen fra NINA. Bakgrunnen for prosjektet var to separate prosjektsøknader fra hhv. NINA v/Bjørn Kaltenborn og NORSKOG v/Gaute Nøkleholm. Etter forslag fra NFR ble disse initiativene koblet sammen.

Denne rapporten har hovedfokus på hvordan sertifiseringsordninger kan bidra til et mer miljøvennlig og markedstilpasset reiseliv, både generelt og i tilknytning til verneområder. Dette er et virkemiddel som er prøvd i mange andre land og som nå er meget aktuelt i Norge. Vi takker særlig informanter i de tre ordningene som vi har brukt som case for all hjelp og tålmodighet. Vi håper rapporten vil være til nytte i det videre arbeidet med å videreutvikle en ansvarlig og lønnsom turismevirksomhet i og ved norske verneområder.

Lillehammer, mai 2006

Øystein Aas

Faglig prosjektansvarlig

Rapporter fra prosjektet:

Heiberg, M. M., Christensen, H.M & Aas, Ø. 2005. Turisme i verneområder. Forprosjekt. NINA rapport 87.

Aas, Ø., Heiberg, M. M, Haaland, H., Hagen, D. & Christensen, H 2006. Turistbedrifter i og rundt norske verneområder – Aktiviteter, utviklingstrekk, naturbruk, miljøtiltak, muligheter og utfordringer sett fra turistbedriftenes synspunkt. NINA rapport 141.

Heiberg, M. M, Christensen, H, Haaland, H & Aas, Ø. Muligheter for næringsutvikling i og rundt verneområder - eksempler fra hytteutvikling og jakt og fiskeopplevelser. NINA rapport 142.

Heiberg, M. M, Hagen, D. og Christensen, H. Rammebetingelser og handlingsrom for næringsutvikling i verneområder – formelle styringsverktøy, grunneiers oppfatninger av handlingsrom og bruk av avbøtende og restaurerende tiltak. NINA rapport 143.

Haaland, H. & Aas, Ø. 2006. Sertifisering av reiseliv - miljøtiltak eller markedsføring? NINA Rapport 144.

1 Innledning

1.1 Bakgrunn

Turismen er den næringen i verden med raskest vekst. Verdens turismeorganisasjon (UNWTO) sitt turismebarometer viser at til tross for enkelte svingninger de siste årene er økningen noenlunde konstant. Veksten for 2005 var på ca 5,5 prosent, og Afrika hadde den sterkeste veksten med om lag 10 prosent. Asia hadde en vekst på 7 prosent, mens tallene for Europa var mer moderate, 4 prosent i 2005 (http://www.world-tourism.org/newsroom/Releases/2006/january/06_01_24.htm). Vekstprognosene globalt for 2006 ligger på mellom 4 – 5 prosent, og for Europa på rundt 3,5 prosent.

Også i Norge er reiselivsbransjen i vekst. Innovasjon Norge venter en vekst på opp i mot fire til fem prosent for 2006. I følge Handlingsplan for reiselivsnæringene (NHD, juli 2005) er det satt som mål at antall utenlandske reisende til Norge skal øke med 1 million reisende innen 2010, altså en økning på 30 %. I denne handlingsplanen fremheves nasjonalparkene som viktige trekkplastre, noe som er et resultat av de politiske signaler som ble gitt i den såkalte Fjellteksten (Stortingspreposisjon 65, 2002-2003). Fjellteksten stimulerte til økt turistmessig bruk av fjellområdene og forbudet mot kommersiell turisme gjeldende i tre nasjonalparker ble opphevet. Den såkalte Soria Moria-erklæringen, arbeidsdokumentet til den nye regjeringen, slår også fast at reiselivet skal være et nasjonalt satsingsområde og at strategien skal være å bygge på nærhet til natur og kultur (Soria Moria 13 oktober 2005). Natur skal med andre ord være et sentralt produkt for reiselivet som satsingsområde. At vernet natur skal inngå som del av produktet byr på noen spesifikke utfordringer, noe vi her etter hvert skal komme tilbake til.

Myndighetene er opptatt av å sikre kvaliteten på produktene og tilliten i markedet. Et middel som foreslås for å oppnå dette er innføring av en frivillig sertifiseringsordning for bedrifter som ønsker å markedsføre seg som del av den norske merkevaren (op cit: 23). Sertifisering innebærer en prosedyre som reviderer og gir skriftlig forsikring om at et produkt, en tjeneste, prosess eller forvaltningssystem møter spesifikke standarder (Honey 2002). Sertifiserte produkt eller bedrifter gis rett til å bruke en logo – eller som navnet tilsier – et sertifikat som bekrefter at produktet har møtt visse basiskriterier. Det er altså snakk om en sertifiseringsordning som vektlegger miljøaspekter ved virksomheten, og ikke nødvendigvis bare kvaliteten på tjenester og produkter som har vært vektlagt internasjonalt innen reiselivsbransjen¹.

Dette er ikke en særegen norsk satsing. Internasjonalt ser vi at fokus på mer ansvarlig og bærekraftig turisme er økende. En sterk fremvekst av bransjespesifikke sertifiseringsprogrammer for eksempel for skogprodukter og kvalitetsmerking av diverse matprodukter gjør at tematikken blir stadig mer aktuell også i Norge. Den norske reiselivsnæringen er i vekst og har høye ambisjoner i forhold til videre utvikling. Natur og kultur er viktige bærebjelker for næringen og dermed sentrale element i en videre vekst og utvikling. Det rår liten tvil om at turistindustrien i Norge er avhengig av å ha en sunn og bærekraftig ressursbase, noe som stiller krav til kvaliteten på operatørene, den daglige driften og de produktene som tilbys. Flere norske reiselivsbedrifter har tatt i bruk systemer for miljøstyring, deriblant ISO 14001 (bygger på den internasjonale standardorganisasjonens system for miljøstyring) og EMAS (EUs miljøstyrings- og revisjonssystem). Stiftelsen Grønt i Praksis (GRIP) har som mål å bedre miljøeffektiviteten i norske bedrifter og har utgitt veiledere for hvordan reiselivsbransjen skal gjennomføre miljøprogrammer. Dette innebærer gode råd om for eksempel ressursøkonomisering i løpende drift for eksempel i hoteller. Men for det naturbaserte reiselivet i Norge finnes det så langt ikke noe spesifikt sertifiseringsprogram eller noen form for kvalitetsmerking som sier noe om de miljø-

¹ Jfr for eksempel klassifisering av hoteller, flyseter og campingplasser basert på kvalitet og standard.

messige sidene av driften.² Dette ser imidlertid ut til å være i endring. Et treårig prosjekt med oppstart i 2005 tar sikte på å etablere "økoturisme som konsept i Norge" og skal også etablere en godkjenningsordning eller sertifisering (begge begrepene brukes) av norske økoturismeprodukter (www.grip.no/reiseliv). Prosjektet er foreløpig i oppstartsfasen, og er et samarbeid mellom GRIP reiseliv, Innovasjon Norge og WWF. Finansieringen kommer fra blant annet fra Nærings- og Handelsdepartementet (NHD). I løpet av den tiden vi har arbeidet med denne rapporten er det også etablert et annet prosjekt i forhold til sertifisering. NHD ønsker å innføre en frivillig sertifiseringsordning for reiselivsbransjen og har nedsatt en arbeidsgruppe i forhold til dette. Det finnes altså flere initiativ som fokuserer på å sikre en gjennomgående god standard for norsk reiseliv. Vi vil komme litt tilbake til dette senere i rapporten.

1.2 Formål

Formålet med denne rapporten er å studere erfaringer ved ulike sider ved sertifiseringsordninger og kvalitetsmerking for et naturbasert reiseliv³, både nasjonalt og internasjonalt. Vi ser på forskjellige aspekter (prosess, eierskap, kriterier) ved etablering og organisering av ulike typer merking og sertifiseringsprogrammer, både på generelt grunnlag og med utgangspunkt i noen konkrete eksempler. Videre rettes fokus mot utviklingen og etablering av ulike kriterier og standarder for sertifisering og merking, i tillegg til prosedyrer for evaluering av søkere og revisjon av allerede sertifiserte produkter. Vi drøfter deretter norske initiativ til sertifisering eller kvalitetsmerking av reiselivet. Ettersom denne rapporten er del av et større prosjekt som ser på bruk av verneområder i turismesammenheng, og de muligheter og utfordringer som er knyttet til dette, ser vi også nærmere på hvordan sertifiseringsordninger adresserer nettopp forholdet til verneområder.

Sett ut i fra de internasjonale erfaringene og den norske konteksten stiller vi spørsmålet om sertifiseringsprogrammer kan bli et godt verktøy for å redusere miljøeffekter av reiseliv; Skal sertifisering bidra til en mer miljøtilpasset drift eller fungerer det mest som et kvalitetsstempel og et markedsføringsverktøy? Hvordan kan en sørge for at begge mål oppfylles? Hvor viktig er sertifisering i forhold til andre miljøredskap? Og hvor etterspurt er egentlig sertifisering av bransjens egne aktører? Basert på generelle erfaringer knyttet til miljøkonsekvenser av reiseliv gis det avslutningsvis også noen konkrete anbefalinger knyttet til utvikling av en eventuell sertifiseringsordning for norsk naturbasert reiseliv. Det pekes også på viktige FoU utfordringer/behov knyttet til etablering av en eventuell sertifisering for naturbaserte reiselivsprodukter i det norske markedet.

I rapporten blir hovedsakelig tre ulike programmer brukt som eksempler på arbeidet med å etablere, utvikle og drifte sertifiserings- og kvalitetsmerkingsprogrammer for økoturisme og naturbasert reiseliv. Disse programmene er "Naturens Bäste", den **svenske** kvalitetsmerkingen

² Begrepene sertifisering og kvalitetsmerking blir i stor grad brukt om hverandre i diskusjonene om en bærekraftig turismeindustri, noe som kan være en kilde til forvirring. Felles for sertifisering og kvalitetsmerking er at de må ha klart definerte kriterier, og effektive middel for å unngå misbruk av sertifikat/merke. Et annet fellestrekk er at begge fungerer som et verktøy for forbruker i hennes valg av produkt. Hovedforskjellen mellom såkalt øko/kvalitetsmerking og sertifisering ligger i utforming av kriterier og kontrollprosedyrer. Kriteriene for et sertifiseringsprogram er ofte mer standardiserte og mer "objektive" enn kvalitetsmerkingsens mer lokalt tilpassede standarder. Et sertifiseringsprogram krever uavhengig kontrollør (ofte kalt tredjepart) som ikke har tilknytning til den enhet som er betalt for å sertifisere. Det faktum at begrepene ofte sammenblandes skaper en del forvirring både blant forbruker og innad i bransjen selv, og et tredje begrep som bidrar til ytterligere forvirring er klassifisering. I denne rapporten har vi valgt å legge hovedvekt på sertifisering og kvalitetsmerking, fordi det er disse begrepene som oftest brukes i internasjonal litteratur på feltet, samt i regjeringserklæringen og av GRIP (Se GRIPs egne nettsider og omtale av eget økoturismeprosjekt).

³ Gitt den begrepsforvirringen som rår omkring ulike former for det man kan kalle en mer miljøorientert turisme har vi valgt å bruke begrepet naturbasert reiseliv. Dette begrepet er betegnende for mye av den småskala - virksomheten som vi i dag finner i store deler av distrikts-Norge, og er mindre normativt enn økoturisme.

for økoturismearrangement, det **costaricanske** sertifiseringsprogrammet for merking av bærekraftig turisme (CST) og **Australias** program for sertifisering av økoturisme, naturturisme og avansert økoturisme (EcoCertification).

Vi har valgt å bruke eksemplene fra Australia og Costa Rica, da de er unike i den forstand at de lenge var de to eneste nasjonale turist-sertifiseringsprogrammene i verden (Wood & Halpenny 2001). De har eksistert i lengre tid og har oppnådd betydelig internasjonal anerkjennelse. Det betyr også at det etter hvert finnes en del tilgjengelig kunnskap om etableringen av, driften og utfordringene ved disse to programmene. Det finnes som tidligere nevnt en rekke ulike kvalitetssikringsordninger innen reiseliv, men utfordringen for denne type gjennomgang er at svært få av dem har vært gjenstand for faglig evaluering og det kan derfor sies lite om hvordan disse fungerer i praksis (Rivera 2002). Vi har også sett nærmere på den svenske kvalitetsmerkingen "Naturens Bäste", noe som har vært naturlig med tanke på den geografiske nærheten til Sverige og mange likheter med den norske situasjonen både med tanke på naturverdier og reiselivsprodukter. "Naturens Bäste" har høstet mye erfaring fra den costaricanske og australske modellen for sin utvikling og etablering (Dan Jonasson, pers. medd.). Naturens Bäste har senere fungert som modell for utvikling av andre kvalitetsmerkingsprogram i sentral-Europa, blant annet i Romania.

2 Metode

Dette studiet er gjennomført som en litteraturstudie. Det foreligger etter hvert en god del skriftlig forskning, dokumentasjon og informasjon omkring etablering og praksis av kvalitetsmerking og sertifiseringssystemer rettet mot reiselivsbransjen. Det er imidlertid bare noen av de mer etablerte ordningene som har vært gjenstand for akademisk diskusjon, noe gjentatte søk i ISI, Science Direct og BIBSYS har illustrert. Derfor har flere av ordningenes egne nettsider vært viktige i dette arbeidet. Konferanserapporter, blant annet fra verdens turistorganisasjon har også vært en viktig kilde.

Det er et problem for bransjen selv og for studier av denne typen at det så langt er gjennomført få grundige, vitenskapelig baserte evalueringer av de ulike sertifiserings- og kvalitetsmerkingsordningene. Derfor har vi også begrenset kunnskap om hvorfor ulike bedrifter velger å gå inn for ulike former for merking og hvilke fordeler de har av det (Rivera 2002). Resultatet er at mye av den tilgjengelige informasjonen er noe ensidig i sin fremstilling av programmenes fortrinn, men sier mindre om styrker og svakheter i praksis.

Et besøk til noen av de svenske kvalitetsmerkede reiselivsaktivitetene og kommunikasjon med Dan Jonasson fra den svenske økoturismeforeningen har gitt viktig tilleggsinformasjon om Naturens Bäste. Et seminar med Eric Vargas fra INBIO, nasjonalt institutt for biodiversitet i Costa Rica og partner i CST har også vært en kilde til informasjon om den costaricanske sertifiseringsmodellen. Vi har dessverre ikke fått kontakt med CSTs hovedkontor, ei heller det australske programmets sekretariat, til tross for gjentatte henvendelser.

3 Sertifisering av reiselivsprodukter: et kort historisk tilbakeblikk

Mange bransjer og produkter har relativt godt etablerte sertifiseringsprogrammer. Eksempelvis sertifiseres både skogprodukter⁴ (trelast, papir) og kaffe, og merking av økologisk produserte matvarer er etter hvert blitt relativt utbredt både nasjonalt⁵ og internasjonalt. Utfordringen for reiselivsbransjen er imidlertid at mangfoldet av produkter, aktører og nivåer gjør både intern organisering og sertifisering vanskelig. Derfor retter enkelte merkings – og sertifiseringsprogrammer fokus mot produkt fremfor bedrift. En annen årsak til at turistbransjen har vært dårlig til å orientere seg mot bærekraftig drift er at bærekraft har vært dårlig definert rent praktisk og vanskelig å operasjonalisere, men også at bærekraft ikke har syntes å være et avgjørende beslutningsmoment for kundene (Synergy 2000). Det at mange av bransjens operatører er relativt små gjør at mange vegrer seg for å delta på det som ofte kan bli relativt dyre sertifiseringsordninger.

Fokus på sertifisering og kvalitetsmerking, og dermed også på økt bærekraft i turismeindustrien har pågått i lang tid, men har særlig skutt fart siden begynnelsen av nittiårene. I 1992 var året for FNs konferanse for miljø og utvikling i Rio, en begivenhet som skapte stor oppmerksomhet rundt spørsmålet om bærekraft, blant annet gjennom etableringen av Agenda 21. Dette var opptakten til økt bevissthet omkring spørsmål om miljøansvar - også for turismeindustrien. Året før ble TIES⁶ – det internasjonale forbundet for økoturisme etablert, noe som også illustrerer en økende fokus på såkalt "økoturisme" (Honey & Stewart 2002). Allerede så tidlig som i 1985 hadde "Blue Flag" kampanjen sin oppstart, en kampanje som i dag blant annet kvalitetsmerker europeiske strender og marinaer (Font 2002) i forhold til renhold og vannkvalitet.

I 1994 ble Green Globe etablert av World Travel and Tourism Council. Målsetningen var å få gjort prinsippene fra Agenda 21 om til praktisk handling for reiselivsbransjen. I 1998 ble det lansert en Green Globe standard (Font and Buckley 2001). Som vi vil komme tilbake til senere i denne rapporten hadde den opprinnelig danske ordningen "Den Grønne Nøgle" sin oppstart i 1994. Det australske sertifiseringsprogrammet ble etablert i 1996, mens det costaricanske sertifiseringsprogrammet (CST) ble lansert i 1997 (Bien 2002). Flere mindre og relativt lokale kvalitetsmerker i Europa ble lansert i samme periode (Hamele 2001).

I 2000 etablerte WTO (World Tourism Organisation) sammen med FNs miljøprogram (UNEP), UNESCO og 15 turoperatører et nettverk for operatører som arbeider sammen for å få bedriftene til å reflektere "best practice" (ibid). År 2000 var også året for den første internasjonale konferansen om sertifisering av turismeindustrien. Denne konferansen som hadde deltakere fra flere land, deriblant flere eksperter på økoturisme og sertifiseringsprogrammer, ledet frem til den såkalte "Mohonk-avtalen". Denne avtalen var et viktig steg i retning av å formulere et rammeverk og retningslinjer for bærekraftig turisme og for økoturisme (Honey & Stewart 2002). Året 2002 er viktig for utviklingen av en mer bærekraftig turisme - dette var FNs internasjonale år for økoturisme. I regi av UNEP (FNs miljøprogram) og WTO ble det arrangert en verdenskonferanse om økoturisme i Canada samme år (World Ecotourism Summit), hvor en rekke aktører fra både privat og offentlig sektor deltok. Det ble altså et sterkt fokus på økoturisme over hele verden i 2002. Både i forkant og etterkant av året ble det avholdt en rekke konferanser og arbeidsseminarer hvor hovedfokus nettopp var økoturisme. I de senere år har verdens turismeorganisasjon (WTO) fortsatt å organisere konferanser i ulike deler av verden hvor hovedfokus er samarbeid mellom offentlige og private aktører for sertifisering av turismeaktiviteter. I

⁴ Det dominerende systemet for skogsertifisering i Norge bygger i all hovedsak på et internasjonalt system for miljøstyring (ISO 14001) og en nasjonal standard for bærekraftig skogbruk (se for eksempel Sverdrup-Thygeson, Framstad og Svarstad, 2004)

⁵ Eks Debio, som sertifiserer økologisk landbruksproduksjon, foredling, import og omsetning.

⁶ TIES- The International Ecotourism Society (se f.eks. www.ecotourism.org)

Tsjekkia i 2004 ble det arrangert en regional konferanse for Europa om nettopp dette temaet, og en tilsvarende konferanse for Asia og Stillehavet fant sted i Malaysia i 2003.

Et økende fokus på en mer ansvarlig og bærekraftig turisme har etter hvert ført til at sertifisering og såkalt økomerking eller kvalitetsmerking av turismeprodukter er blitt en bransje i vekst. Tall fra 2002 viser at det er om lag 260 ulike frivillige initiativ verden over (Honey & Stewart 2002). Disse dekker alt fra økomerking, standardsetting ("benchmarking"), utdeling av årlige priser etc. I alt 104 av initiativene omfatter merking av økoturisme og sertifiseringsprogrammer som tilbyr bruk av logo og markedsføringsmateriale som viser at produktene holder en viss sosial og miljømessig standard (ibid). Det at man miljøsertifiserer spesielle typer produkter innebærer valg av en bestemt type miljøstyring – en bestemt måte å ta hensyn til for eksempel biodiversitet på, en definisjon om hva som er viktige verdier i naturen. Miljøsertifisering av reiselivsprodukter kan sies å bygge på sett med forestillinger om hva som er verdifullt i turistområdene og hvordan disse fungerer som system. Sertifisering, kan derfor sees på som symbolforvaltning, og en anerkjennelse av at forestillinger har betydning for salg av turistprodukter på markedet.

Honey og Stewart deler inn i tre kategorier av sertifiseringsprogrammer (2002). En type omfatter det de kaller konvensjonell turisme, ofte referert til som masseturisme. Innen denne gruppen finner vi blant annet hoteller, flyselskaper, golfbaner og byråer som driver med bilutleie. Tradisjonelt sett har sertifiseringsprogrammer innen denne type turisme fokusert på helse, miljø og sikkerhet, men en nyere tendens er at miljøstyringssystemer implementeres i driften for å bedre intern miljøeffektivitet. Derfor er for eksempel mange hoteller sertifisert etter ISO 14001 (mer om ISO 14001 følger lenger ut i rapporten).

En annen type program er rettet mot sertifisering av bærekraftig turisme, det vil si at programmet fokuserer på både miljømessige, sosioøkonomiske og økonomiske sider ved virksomheten. Hovedfokus er å redusere negative effekter av bedriftens virksomhet utad, ikke bare internt, for eksempel i forhold til lokalsamfunn og fysisk miljø. Det costarikanske sertifiseringsprogrammet CST for bærekraftig turisme er et eksempel på denne type sertifiseringsprogram. Programmene er resultatorienterte i den forstand at det gjelder å oppfylle spesifikke mål, men består ofte av en blanding av prosess- og prestasjonsmål. Forskjellen mellom prosess- og prestasjonsbaserte sertifiseringsprogrammer dreier seg først og fremst om tilnærming. Prosessbaserte programmer baserer seg på miljøstyringssystemer, prestasjonsbaserte programmer gjør bruk av kriterier eller referansepunkt (benchmarks).

En tredje kategori omfatter virksomheter og produkter som bruker begrepet økoturisme i sin beskrivelse og markedsføring. Denne type sertifiseringsprogram ser både på intern virksomhet og berørte interessegrupper. Standardene som er satt for programmet er oftest utformet i forhold til område eller region, og strekker seg ut over de rent miljømessige i den forstand at de blant annet stiller krav til virksomhetens bidrag til lokalsamfunnet. Det australske sertifiseringsprogrammet "EcoCertification" er et eksempel på denne siste kategorien av sertifiseringsprogram. Det kan være vanskelig å se forskjell på de to siste kategoriene, men skillet går på vektning av eksterne og interne effekter av virksomheten. Innen den siste kategorien blir disse to vektet likt, samtidig med at driftens bidrag til bevaring av natur- og kulturmiljø, og til lokalsamfunnet tilskrives en viktig rolle (Honey 2002). Innenfor økoturisme står også læringsaspektet sentralt, det vil si at både produsent og konsument skal ha læring som et viktig delmål.

Prosess- og prestasjonsbaserte sertifiseringssystemer

Ofte deles sertifiseringssystemene inn i to kategorier: prosessbaserte og prestasjonsbaserte programmer. At et sertifiseringssystem er prosessbasert betyr at det baserer seg på miljøstyringssystemer i drift av en virksomhet. Overvåking og forbedring av miljømessig drift står sentralt. Prestasjonsbaserte programmer gjør på sin side bruk av spesielle miljømessige eller sosiokulturelle kriterier eller referansepunkt, det som på godt norsk ofte refereres til som benchmarks. Innenfor disse programmene må sertifiserte aktører eller produkter møte spesifikke

krav eller standarder før de kan oppnå en sertifisering. Forskjellen på de to systemene handler derfor om tilnærming og metode. Et fellestrekk er imidlertid at både de prosess- og prestasjonsbaserte programmene kan basere seg på både første og tredjepartsevalueringer, og begge typer program har en premiering i form av logo som kan brukes i markedsføringen

La oss gi et eksempel for å illustrere todelingen bedre. Et hotell som er sertifisert etter et prosessbasert program har iverksatt et miljøstyringssystem som kontrolleres av et akkreditert sertifiseringsorgan. Blant velkjente sektor- og bransjeovergrepene miljøstyringssystemer finner vi det såkalte ISO 14001, den internasjonale standardorganisasjonens (ISO) system for miljøstyring, og EMAS, EUs system for miljørevisjon. Prosessbaserte programmer bruker forvaltningssystemer som er utviklet internt for å overvåking og bedring av produkt og rutine (Honey, 2002). For et program som ISO 14001 stilles det krav til at standardene skal angå vesentlige miljøaspekter ved driften, det vil si aspekter som har med bedriftens kjerneaktiviteter å gjøre (Sverdrup-Thygeson et al. 2004) Standarden krever ikke at bedriften har gjennomgått store miljøtiltak før sertifisering, minimumskrav er knyttet til oppfølging av krav, lover og regler. Bedriften skal utover dette utvikle sitt eget miljønivå over tid. Videre kreves det at et uavhengig og godkjent sertifiseringsorgan jevnlig kontrollerer den sertifiserte virksomheten. ISO 14001 og EMAS deler mange av de samme kravene til sertifisering.

En aktivitet eller en virksomhet som er sertifisert etter et prestasjonsbasert program må på sin side imøtegå spesifikke kriterier eller krav til virksomheten, ofte i forhold til både miljømessige og sosiale aspekter. Dette er krav som stilles til alle som søker om sertifisering, og det er altså ikke rom for interne tilpasninger. Før en virksomhet blir sertifisert må den kunne vise til at den driver helt i forhold til de fastlagte standarder eller kriterier som det stilles krav om.

Det er fordeler og ulemper med både de prosessbaserte og de prestasjonsbaserte programmene. Miljøstyringssystemene kan implementeres i en rekke forskjellige bransjer, noe som gjør dem svært anvendbare. Kritikken mot dem går imidlertid på at denne tilpasningsdyktigheten gjør systemet ute av stand til å kunne måle miljømessige konsekvenser av virksomheten hvor det implementeres. Denne utydeligheten gjør det også vanskelig for sertifiserte bedrifter å måle seg opp i mot hverandre. Det er også kritikkverdige at en bedrift blir sertifisert gjennom å implementere et system, fremfor gjennom å innfri spesifikke standarder.

Et annet motargument er økonomisk basert. ISO 14001 er for eksempel relativt kostbart og regnes å være et system som derfor ikke lar seg implementere i mindre bedrifter (Honey & Stewart 2002). Og ikke minst, denne type sertifiseringssystem retter først og fremst oppmerksomhet mot miljømessige forhold som forbrukerne ikke alltid er like interesserte i, det vil si energiforbruk, søppelhåndtering osv. Når det er sagt, kan nettopp det å iverksette tiltak på disse områdene gi både økonomisk og miljømessig gevinst for bedriften. Undersøkelser viser imidlertid at turister ofte er langt mer interessert i såkalte "grønne" miljømessige verdier, med andre ord slike ting som uberørt natur, ren luft og rent vann (ibid).

Det siste aspektet taler til de prestasjonsbaserte programmene fordel, i den forstand at de fokuserer på miljømessige aspekter både i forhold til drift (eks vann og strøm), men også mer synlig miljømessig satsing i form av fokus på bevaring, begrensede inngrep, rene og tilsynelatende uberørte områder. En annen fordel ved dem er at de baserer seg på faktiske mål og ikke bare på intensjon. Det åpner for sammenligning mellom bedrifter og programmene er ikke nødvendigvis spesielt kostbare å gjennomføre. Men også disse programmene har sine svakheter. Først og fremst rettes det kritikk mot målbarhet av en del av standardene og kriteriene som brukes i disse programmene. Flere oppfattes som svært subjektive og derfor også ganske unøyaktige.

Flere større sertifiseringsprogrammer, i ulike bransjer, bygger til dels på ISO 14001 eller EMAS standarder, for eksempel Green Globe og "Den Grøne Nøgle". Det nordiske miljømerket Svanen, som blant annet brukes i sertifisering av norske hoteller og andre overnattingssteder, er også basert på ISO 14001 (Honey & Stewart 2002). Det dominerende systemet for skogsertifis-

sering i Norge bygger også på rammeverket til ISO 14001, i tillegg til å være knyttet opp til standarder for bærekraftig skogbruk (Sverdrup-Thygeson et al. 2004). Den norske skogbransjen er for øvrig et godt eksempel på en bransje hvor sertifisering er blitt et viktig kvalitetsstempel og en garantist, både for at produkter skal kunne omsettes og for at en virksomhet drives uten gitte miljøeffekter. Sertifisering av mat er også en bransje i fremvekst i Norge⁷.

Mens noen programmer innenfor reiselivsbransjen fokuserer på produkt, er det andre programmer som sertifiserer bedrift eller selskap. Denne todelingen vil vi se nærmere på når vi går gjennom de tre eksemplene vi har valgt å bruke i denne rapporten. En kombinasjon er destinasjonsmerking - dette er så langt ikke spesielt utbredt, men anbefalinger fra WTO (WTO 2004) er å begynne med sertifisering av bedrifter, men samtidig jobbe parallelt med sertifisering av destinasjoner. Utfordringen for alle programmer eller merker, uavhengig om de er produkt-, aktør- eller destinasjonsorienterte, er at den store mengden av ulike programmer bidrar til å utvanne betydningen av dem.

En egen bransje i vekst

I mengden av ulike kvalitets- og økomerker er det vanskelig å få en god oversikt over de forskjellige programmene og deres innhold. Noen programmer har imidlertid større utbredelse enn andre og er dermed også mer internasjonalt anerkjente. I den sistnevnte gruppen finner vi for eksempel sertifiseringsprogrammene fra Costa Rica og Australia; den costaricanske modellen forsøkes nå overført til andre mellom- og søramerikanske land, og Australias EcoCertification er utgangspunkt for en internasjonal standard for økoturisme som forvaltes og markedsføres av Green Globe 21⁸.

Hovedvekten (Font 2001, Honey 2002) av sertifiseringsprogrammer og økomerker finner vi i Europa. Nasjonale og regionale sertifiseringsordninger finnes blant annet i Østerrike, Tyskland, Danmark, Storbritannia, Italia, Frankrike, Spania, Estland og Sverige (Hamele 2001; 2002). Tyskland har det høyeste antallet av økomerker, men også i Spania og Italia er man i ferd med å utvikle en rekke ulike ordninger (Font 2002).

Det finnes også noen økomerkeprogrammer som dekker flere land i en større region. Danmarks miljømerke for turisme "Den Grønne Nøgle" er etter hvert utvidet til å omfatte Frankrike, Sverige og Litauen. Blue Swallow, et tysk initiativ, sertifiserer overnattingsbedrifter i Sverige, Finland, Tyskland, Østerrike, Sveits og Italia. Den nordiske Svanemerket dekker hoteller i hele Skandinavia. I Norge er for eksempel Gålå høyfjellshotell et Svanemerket hotell som også har mottatt en rekke utmerkelser for sin miljøinnsats.

Den eldste kvalitetsmerkingen i Europa, Blue Flag, ble opprettet så tidlig som i 1985 for å bedre vannkvaliteten på europeiske strender (Hamele 2001; Font 2002). Siden den tid har ordningen ekspandert til å dekke en rekke strender og marinaer over hele Europa og til også å omfatte Sør-Afrika og Karibien. Green Globe er imidlertid den ordningen som har satset sterkest mot en bred internasjonal dekning. De lanserte som nevnt tidligere sin miljøstandard i 1998 og har siden den tid jobbet aktivt med å utvikle seg til å bli et internasjonalt miljøakkrediteringssystem, blant annet gjennom samarbeid med representanter for nasjonale ordninger i Australia, Karibien, Danmark og England (Font 2002). Så langt ser ordningen ut til å ha etablert seg sterkest i Asia/Oceania. Vi kommer tilbake til noen av disse eksemplene senere i rapporten.

På europeisk nivå har det vært diskutert å prøve å etablere felles sertifiseringsordninger siden 1998, da det ble gjennomført en forstudie av muligheter for å etablere felles miljøstandard for europeiske hoteller. Begrenset respons og en bekymring for høye kostnader og mye byråkrati har gjort at arbeidet ikke har kommet så mye lenger (Hamele 2001).

⁷ Debio sertifiserer økologisk landbruksproduksjon, foredling, import og omsetning.

⁸ I 1999 ble Green Globe omgjort til et uavhengig selskap med et styre sammensatt av ulike representanter fra turist- og reiselivsbransjen. Selskapet jobber i dag tett sammen med flere andre nasjonale økoturismeprogrammer, for eksempel "Den Grønne Nøgle" og "Green Leaf" (Asia)

Tabell 2.1. Eksempelvis oversikt over ulike økomerker og sertifiseringsordninger. Listen er ikke utfyllende, men er ment å gi en smakebit på mengden av ulike ordninger og på hvordan flere programmer har klart å overleve over tid.

Program/merke	Etable-ringsår	Sektor	Utbredelse
Blue Flag	1985	Strender og marinaer	Europa, etter hvert også Sør Afrika og Karibien
Nordiske Svane-merket	1989	Hotell og campingplasser, i tillegg til en rekke produkter	Norge, Sverige, Finland, Island og Danmark.
Blaue Schwalbe (Blue Swallow)	1990	Hotell/overnatting	Finland, Tyskland, Østerrike, Sveits, Italia
Den Grønne Nøgle	1994	Merker hoteller, campingplasser, restauranter og ungdomsherberger	Danmark, etter hvert også Estland, Frankrike, Sverige og Litauen
NEAP (Ecocertification Australia)	1996	Sertifiserer produkter innen naturturisme, økoturisme, avansert økoturisme, og driver også sertifisering av guider.	Australia (modellen vurdert av Green Globe, har også vært inspirasjon for Naturens Bäste)
Austrian Ecolabels for Tourism organisations	1996	Merker hotell- og andre overnattingstilbud	Østerrike, eneste nasjonale økoturismemerking i Europa
David Bellamy Conservation Award	1996	Merker Campingplasser, campingbiler, alle former for overnatting basert på selvbetjening	Storbritannia
CST	1997	Sertifiserer hoteller (fra 2005 også turoperatører)	Costa Rica, modellen vurderes i flere latin-amerikanske land
Naturens Bäste	2002	Reiselivsarrangement/aktiviteter	Sverige

Bærekraftig turisme, økoturisme, alternativ turisme eller naturbasert turisme?

De ulike initiativene til økomerking og økosertifisering er etter hvert mange og dekker ulike kategorier av turisme, noe som også kan skape forvirring i bransjen og i markedet. Hva betyr det egentlig at en tjeneste eller et produkt er sertifisert eller kvalitetsmerket som økoturisme, naturbasert turisme eller som bærekraftig? Diskusjonene rundt forholdet mellom miljø og turisme har pågått så lenge turismen har eksistert, mer grunnleggende og konkret de siste tre tiår (Page & Dowling 2002). De mange begrepene som brukes er fortsatt omdiskuterte med henblikk på innhold og betydning.

Bærekraftbegrepet har bredt om seg etter at det ble introdusert av Brundtlandkommisjonen i 1987, og det snakkes naturlig nok også om bærekraftig turisme. Bærekraftig turisme har vært definert til å inkludere alle typer turisme som bidrar til bærekraftig utvikling (De Kadt 1990). Målet har vært å imøtekomme behovene til turistene og lokalsamfunnene, samtidig som sosiale, økologiske og økonomiske verdier fremmes og beskyttes for fremtiden. Utfordringene ligger i å operasjonalisere begrepet, og her ligger også mye av hovedkritikken mot bærekraftig turisme (Page & Dowling 2002).

Et annet begrep som også brukes mye er alternativ turisme som beskriver en type turisme som står i kontrast til den konvensjonelle masseturismen. Alternativ turisme er ofte småskala orientert, lokalt forankret og med fokus på reduksjon av negative miljømessige og sosiale effekter av

driften. Derfor er ofte alternativ turisme sidestilt med bærekraftig turismeutvikling (Newsome et al. 2002). Kategorien alternativ turisme sies blant annet å favne om såkalt økoturisme og naturbasert turisme (ibid).

Naturbasert turisme foregår, som navnet også indikerer, i naturområder hvor fokus er rettet mot økt forståelse og bevaring av de aktuelle naturressursene. Naturbasert turisme skiller seg fra villtturisme (wildlife tourism) i den forstand at helheten, for eksempel landskapet, blir viktigere enn enkeltartene (Newsome et al. 2002). Den naturbaserte turismen er ofte småskalaturisme, men kan også omfatte større destinasjoner og større grupper besøkende.

TIES, the International Ecotourism Society, definerer økoturisme som "Responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people."

www.ties.com

Økoturisme er et omdiskutert begrep og her ligger kanskje også en av hovedutfordringene; et utall av definisjoner og dermed også manglende enighet om hva konseptet innebærer⁹. Til tross for stor uenighet omkring definisjonen av økoturisme er det ofte fem hovedprinsipper som fremheves. Produktet skal være (Honey 2002; Newsome et al. 2002):

- naturbasert,
- økologisk bærekraftig,
- fordelaktig for lokalsamfunnet,
- ha en læringseffekt i forhold til miljøkunnskap og
- sist, men ikke minst, være tilfredsstillende for den besøkende

Det er først og fremst læringsaspektet som skiller økoturisme fra naturbasert turisme.

Året 2002 var, som tidligere nevnt, FN's år for økoturisme, noe som kan ses på som en bekræftelse på en økende bevissthet omkring behovet for en mer ansvarlig turisme. Økoturisme regnes nå som den sektoren innen turismenæringen som er i raskest vekst (Newsome et al. 2002; Page & Dowling 2002). En utfordring for såkalte økoturisme er at svært mange naturorienterte produkter ofte markedsføres som økoturisme, noe som fører til en utvanning av konseptet. Mye av kritikken mot økoturisme har nettopp dreiet seg om dette, at begrepet økoturisme i stor grad ser ut til å fungere som et markedsføringsmiddel og dermed ofte reduseres til tom retorikk fremfor et reelt innhold (Font & Buckley 2001). Generelt sett kan dette sies å være et problem for alle de nevnte begrepene, de brukes som del av det som ofte refereres til som en "greening of tourism". Det vil si at de inngår som del av en retorikk som søker å etablere et inntrykk av reiselivsbransjen som en mer miljøorientert bransje enn det den reelt sett er, eller at det er et uttrykk for at en positiv holdning i næringen ikke følges opp i konkret handling og tiltak.

Som vi ser står reduksjon av negative effekter – både økologiske og sosiale – sentralt innenfor de ulike begrepene, og det dreier seg egentlig om et spekter av begrep som har mange fellesnevner. Det vil med andre ord si at uansett om en velger å fokusere på en bærekraftig, alternativ, naturbasert eller økologisk turisme innebærer det at aktører innenfor turismeindustrien må rette et kritisk blikk mot egen virksomhet og se hvordan de kan fremme vekst uten at dette

⁹ For en grundigere diskusjon omkring definisjonene av økoturisme, se for eksempel Boo (1999), Wall (1997), Honey (2002) og Page & Dowling (2002).

går på bekostning av viktige sosiale, kulturelle og økologiske verdier. Men skal negative effekter reduseres stiller det også klare krav om planlegging både innen offentlig og privat sektor. I tillegg står andre virkemidler som offentlig miljølovgivning sentralt, noe som understreker et viktig poeng, nemlig at sertifisering kun er et av flere verktøy i arbeidet med å optimalisere de positive aspektene ved turisme og minimalisere bransjens negative virkninger. Dette er en diskusjon som vi vil komme tilbake til i slutten av denne rapporten.

4 Sertifisering og merking i praksis

4.1 Etablering av sertifiseringsordninger

Tall fra WTO viser at 2/3 av alle økomerker er etablert og driftet av privatbaserte turistorganisasjoner og NGO'er, mens 1/3 er utviklet av offentlige etater og organisasjoner (WTO 2003). WTO anbefaler imidlertid at offentlige myndigheter engasjerer seg mer aktivt i utvikling og etablering av sertifiseringsprogrammer (WTO 2003). De tre eksemplene fra Sverige, Costa Rica og Australia viser alle et samarbeid mellom private og offentlige aktører.

For Naturens Bäste er det den svenske økoturismeforeningen (en bransjeforening) som har gjort hovedarbeidet med etablering av kvalitetsmerkingen, men med god støtte fra Sveriges reise- og turistråd og det svenske naturvernforbundet. Det svenske reise- og turistrådet er en nasjonal organisasjon som har hovedansvar for markedsføringen av Sverige som reisemål og er således en viktig alliansepartner. Midler til etableringen er kommet fra jordbruksverket (tilsvarende Statens landbruksforvaltning i Norge) og merkingssystemet er utviklet i nært samarbeid med ulike bransje- og interesseorganisasjoner, samt offentlige aktører som Naturvårdsverket (tilsvarende Direktoratet for naturforvaltning i Norge).

Den costaricanske modellen er spesiell i den forstand at initiativet for et sertifiseringsprogram kom fra en offentlig aktør – det costaricanske turismeinstituttet ICT (el Instituto Costarricense de Turismo) (Honey 2002) og utgjør en del av en nasjonal satsing på å oppnå en bærekraftig utvikling i Costa Rica (Font 2001). Derfor har programmet fått betydelig offentlig støtte helt siden oppstarten, men er utviklet i tett dialog med private aktører og utdanningsinstitusjoner.

Det australske sertifiseringsprogrammet er utviklet i flere etapper, men regnes hovedsakelig som et bransjeutviklet og bransjedrevet initiativ, og et svar på behovet for å identifisere, oppmuntre og belønne operatører som drev med natur- og økoturismebaserte produkter (Font 2001). Mye av programutviklingen har blant annet skjedd gjennom kontakt med forvaltere av Australias verneområder og er derfor et resultat av samarbeid mellom privat og offentlig sektor.

Gjennomgangen av eksemplene viser den viktige rollen både private og offentlige aktører spiller i utvikling og etablering av sertifiseringsprogrammer. Verdens Turistorganisasjon WTO understreker viktigheten av bred deltakelse i etableringsfasen av såkalte økomerker eller sertifiseringsprogrammer, og peker på at en eventuell styringsgruppe bestående av ulike interesser kan være en måte å løse dette på. De påpeker også næringsorganisasjonenes sentrale rolle når det gjelder å fungere som et bindeledd i dialogen mellom offentlige og private interesser (WTO 2004). Samtidig ser WTO en klar rolle for seg selv; organisasjonen ønsker å delta i større grad enn det de i dag gjør i etableringen av frivillige sertifiseringsordninger og økomerker. Det er også klart at kunnskapsmiljøer slik som relevante utdanningsinstitusjoner og forskningsmiljøer vil kunne gi viktige bidrag i en etablerings- og utviklingsfase. Det viser også særlig erfaringen fra Costa Rica og til dels fra Sverige. Slike miljøer vil også kunne bidra med utvikling av kursmaterieell og opplæring, i tillegg til gjennomføring av evalueringer og effektstudier. Dette er et punkt som diskuteres mer senere.

NATURENS BÄSTE; kvalitetsmerking av svensk økoturisme

Naturens Bäste ble lansert i 2002, samme år som FNs år for økoturisme, og beskrives som en "kvalitetsmerking for miljøtilpasset opplevelsesturisme i naturen" (www.ekotourism.org). Selve arbeidet med å utvikle merkingen ble satt i gang i 2000, blant annet gjennom en forstudie av sertifisering i et kost- nytte perspektiv (Jiborn 2001). Som del av forstudien ble det gjort en rekke kvalitative intervjuer med tilbydere av naturturisme, og utreder var i tett dialog med aktuelle myndigheter, interesseorganisasjoner, representanter for reiselivsbransjen så vel som naturvernensiden. Det ble gjennomført en rekke bedriftsbesøk, hvorav så godt som alle de besøkte bedrifter viste en sterk interesse for en økoturismemerking (ibid). I 2001 ble det nedsatt en referansegruppe bestående av representanter fra bedrifter og interesseorganisasjoner. Denne gruppen utviklet blant annet organiseringen av kvalitetsmerkingen, utforming og de aktuelle kriterier som søkere må oppfylle. I tillegg til bruk av en referansegruppe hadde utviklerne også tett kontakt med myndigheter og forskere. I dag driftes merkingen av den svenske økoturismeforeningen (Svenska Ekoturismföreningen) i samarbeid med Sveriges Reise- og Turistråd og det svenske naturvernforbundet.

Etablering av den svenske økoturismemerkingen er finansiert fra ulike hold. Midlene kom fra lokale, regionale og nasjonale myndigheter og privat sektor. Noen EU-midler ble også bevilget til arbeidet. I dag finansieres merkingen delvis av medlemsavgifter, delvis av sponsorinntekter., men mottar også noe offentlig støtte (Dan Jonasson, pers. med. 2006). Det betales en engangsgift for selve søknadsprosessen, denne blir beregnet ut i fra selskapets årlige omsetning. For langtidsbudsjettet er denne tenkt å skulle utgjøre en av hovedinntektene. Medlemskap i den svenske økoturismeforeningen gir rabatt på startpakken. En årlig avgift betales når produktet er sertifisert, også denne beregnes ut i fra årsinntekt. Denne type finansieringsordning er kjent fra andre bransjeorganisasjoner, for eksempel benytter Reiselivsbedriftenes Landsforening denne modellen for å beregne medlemsavgifter.

Så langt har 70 produkter blitt merket, 65 av disse er fremdeles kvalitetsmerket. Det regnes med at antallet har økt til rundt 200 i løpet av de neste fire til fem årene (Jonasson, pers medelse).

CST - Certification for Sustainable Tourism, Costa Rica

Costa Ricas sertifiseringsprogram for bærekraftig turisme ble utviklet i 1997 av landets turismeinstitutt – Costa Rica Tourism Institute (ICT)¹⁰. Dette programmet inngikk som del av en nasjonal strategi for bærekraftig turisme, som igjen var et ledd i Costa Ricas program for en mer bærekraftig utvikling generelt (Bien 2002). CST kategoriserer og sertifiserer overnattingsbedrifter ut i fra hvordan de tilpasser seg en bærekraftig ressursforvaltning. Med dette menes en forvaltning som inkluderer biologiske, kulturelle og sosiale aspekter. Disse kravene vil bli kommentert nærmere senere i rapporten. Nå skal sertifiseringen utvides til å omfatte turoperatører (Rainforest Alliance Newsletter, okt 2005).

Utviklingen av program for turismesertifisering i Costa Rica må også ses i sammenheng med utvikling av nasjonalparker, private verneområder og en økende miljøbevissthet i regionen (Bien 2002). Parallelt med dette har også turisme etablert seg som en av bærebjelkene i den costaricanske økonomien (Tepelus & Cordoba 2005), en utvikling som har funnet sted i løpet av de 15 siste årene. Landet hadde i 2004 1, 5 millioner utenlandske tilreisende, som gjennomsnittlig ble værende i 13 dager (Vargas 2005). Costa Rica er kjent for sin høye biodiversitet som etter hvert blitt et viktig element i Costa Ricas turismeprodukter (ibid). CST er det ledende sertifiseringsprogrammet i Mellom- og Sør-Amerika, og Regnskogalliansen (Rainforest Al-

¹⁰ I tillegg til CST har programmene "New Key", Green Globe og ECOTEL sertifisert ulike typer innkvartering i Costa Rica .

liance) jobber med å implementere tilsvarende program i flere land gjennom et nettverk for bærekraftig turisme (The Sustainable Tourism Certification Network of the Americas).

Det er ICT som står ansvarlig for koordinering og drifting av programmet. Instituttet bistås av en nasjonal akkrediteringskomité, hvor flere ulike interesser er representert. I dag er selve søknadsprosessen gratis, som følge av at nasjonale myndigheter støtter programmet med finansiering. Her ligger også kilden til noe av programmets suksess (Font and Harris 2004). Turismeministeriet markedsfører sertifiseringsprogrammet i sine nasjonale kampanjer og gir søkerne støtte i form av teknisk kompetanse og subsidierte søkeravgifter i den innledende søkerunden. Spørsmålet blir imidlertid hvor lenge ordningen vil motta offentlig støtte dersom stadig flere bedrifter ønsker å sertifisere seg.

I 1999 hadde 115 hoteller meldt sin interesse for CST, og i 2002 var de første 52 vurdert og sertifisert (Rivera 2002). En evaluering av programmet fra 2004 viser at så langt er kun 5 % av alle costaricanske hoteller sertifiserte (Newton et al. 2004), det vil si 49 hoteller av de omtrent 1000 hotellene i Costa Rica. Årsaken til den lave sertifiseringsandelen er uklar, men en ser blant annet at antall henvendelser til turismedepartementet angående sertifisering er synkende (ibid). Totalt er åtte personer ansatt i CST og det antas at dette er for lite i forhold til å kunne drive en utstrakt virksomhet i forhold til rekruttering av nye overnattingsbedrifter for sertifisering.

EcoCertification Program, Australia

Historien bak Australias program for sertifisering av økoturisme er relativt lang. Allerede i 1991 satte landets nasjonale turistindustri søkelyset på behovet for en bærekraftig turismeutvikling. Den australske økoturismeforeningen (EAA) ble etablert samme år. I 1994 ble det iverksatt en nasjonal strategi for økoturisme og midler avsatt for gjennomføring. Samtidig ble det nedsatt en gruppe som skulle jobbe med utvikling av sertifiseringsprogram for turisme. Denne gruppen, bestående av konsulenter, ble ledet av en styringsgruppe. I styringsgruppa var økoturismeforeningen representert, sammen med turismedepartementet, turismenæringens bransjeforening og (den australske bevaringsstiftelsen?). Resultatet av dette arbeidet ble ingen suksess, men kritisert for å være for topptungt, byråkratisk, dyrt og med kriterier som ikke var tilpasset flertallet av brukerne (Chester & Crabtree 2002). Dermed ble mer penger bevilget for å utvikle et mer brukervennlig program.

Som et resultat av denne prosessen oppsto NEAP – "the Nature and Ecotourism Accreditation Program", et frivillig sertifiseringsprogram for reiselivsprodukter, det vil si turer, attraksjoner og overnatting. Gruppen som utviklet dette programmet bestod av det australske turistrådet og en av bransjens medlemsorganisasjoner. NEAP ble lansert i 1996 som et todelt system – både økoturisme og "avansert økoturisme" kunne sertifiseres. Mål med sertifisering var også todelt. Et delmål var å utstyre naturbaserte økoturismebedrifter med midler til kunnskap om god praksis og standard og få dem til å drive kontinuerlig oppgradering. Et annet mål var å gi forbrukerne, så vel som lokalsamfunn, turoperatører og andre en mulighet til å gjenkjenne genuine natur- og økoturismeprodukter.

NEAP er blitt revidert flere ganger og siste revisjon i 2003 førte også til et navneskifte i tillegg til en rekke justeringer. Det nye navnet er EcoCertification Australia. Den nye versjonen danner også noe av utgangspunktet for et internasjonalt program for sertifisering av turisme, drevet av Green Globe.

Finansiering til utvikling av NEAP har hovedsakelig bestått av offentlige midler. Nå er imidlertid programmet selvfinansierende, eies og drives av bransjen selv. Søknadsavgiften er lik for alle, mens som for den svenske modellen er årsavgiften basert på driftsinntektene for det enkelte produkt. Vi har ikke fått svar på våre henvendelser til det australske programmet og har derfor ikke kunnskap om hvor mange turer, attraksjoner og overnattingstilbud som er sertifiserte.

4.2 Finansiering

Erfaringene fra andre land viser at bærekraftige finansieringsordninger er en flaskehals for driften av ulike merkeordninger. De aller fleste er avhengige av blandede midler for selve finansieringen av utvikling, etablering og drift. Det vil si at det er behov for både offentlig støtte og private midler, i tillegg til de avgiftsbaserte driftsinntektene som en merking eller sertifisering etter hvert vil kunne generere. Egenfinansiering tar tid å oppnå og er kun reelt når antall sertifiserte eller merkede produkter har nådd et visst nivå. Eksempelvis har "Blue Flag", den opprinnelige europeiske kvalitetsmerkingen for marinaer og badestrender, brukt over 7 år for å bli en selvfinansierende ordning (WTO 2004).

Viktigheten av offentlig finansiering i utviklingsfasen ser vi blant også gjennom eksemplene fra Costa Rica og Australia, hvor offentlig sektor har gitt vesentlige økonomiske bidrag både i etablerings- og driftsfasen. Det svenske merkeordningen har i større grad måttet belage seg på en kombinasjon av offentlige og private midler. Særlig for Costa Rica kan den offentlige støtten ha sammenheng med utviklingsnivået generelt i turistbransjen og dermed en redusert sannsynlighet for at bransjen selv ville være i stand til å kunne fremme og finansiere en slik prosess. I forhold til Costa Rica blir imidlertid et sentralt spørsmål hvorvidt myndighetene har mulighet for å kunne fortsette å støtte programmet i den grad det i dag gjør dersom det fortsetter å ekspandere (Font & Buckley 2001). Samtidig kan betydelige offentlige bidrag også sees på som uttrykk for en helhjertet nasjonal strategi og at slike ordninger vurderes som sentrale både for å utvikle landets turistindustri, og for å oppnå ønskede målsettinger innen miljøpolitikken.

I det svenske tilfellet, hvor man har noe mindre grad av offentlig finansiering og dermed er svært avhengig av inntekter fra medlemmene, er finansieringsspørsmålet en av programmets hovedutfordringer. Et viktig tiltak for å sikre programmets økonomi er gjennom inngåelse av sponsoravtaler. Blant annet har Naturens Beste etablert en avtale med dagligvarekjeden Konsum, og jobber aktivt med å få i stand sponsoravtaler med jernbanen og større hotellkjeder (Vail 2004). Det langsiktede budsjettet for NB legger imidlertid økende medlemsinntekter til grunn, mens sponsoravtalene vurderes som avtagende (Dan Jonasson, pers. meddelelse, 2006).

På lang sikt er en selvfinansierende drift det mest realistiske og prinsipielt riktige, fordi det gjør sertifiseringsordningen mindre sårbar mot endringer i økonomiske rammebetingelser (Font and Tribe 2001) og fordi bransjen bør ta ansvar for egen virksomhet. WTO anbefaler imidlertid at finansiering deles mellom private og offentlige aktører, i hvert fall i en oppstartsfasen. Dette er i tråd med organisasjonens anbefaling om at myndigheter bør utvikle turismestrategier og policy som inkluderer sertifisering (WTO 2004).

Sertifiserings- og merkeordninger anbefales også å prøve å etablere et samarbeid med organisasjoner som allerede fungerer som en eller annen form for kvalitetssikrer. Det kan bidra til å gi ordningen høy troverdighet og dermed flere interesserte søkere og økonomiske bidragsytere (Font & Tribe 2001). Spørsmålet om intern eller ekstern kvalitetssikring er noe vi vil komme tilbake til.

Når det gjelder etablering og utvikling av sertifisering eller økomerking av turisme, finnes det som nevnt ingen standardoppskrift. Her vil vi imidlertid kort referere til gangen i en mulig prosess, skissert av Font & Tribe (2001) basert på deres egne erfaringer med etablering av en økomerkeordning for turisme og rekreasjon i europeiske skoger (den såkalt Tourford-prisen)¹¹. Prosessen som skisseres er tredelt: en posisjonerings- og planleggingsfase, en utviklings- og konsultasjonsfase og en forvaltnings- og markedsføringsfase.

¹¹ Prosjektet var rettet mot å fremme bærekraftig turisme og rekreasjon i europeiske skoger gjennom utvikling av en økomerking og var en del av EUs Life program (tourfor – tourism and forest).

For en innledende fase understrekes viktigheten av å ha en klar forståelse av hvordan en merking vil kunne påvirke forbruket av turismeprodukter og –tjenester. Det er essensielt å ha god oversikt over andre tiltak eller initiativ som går i samme retning, eventuelle overlapp og kjennskap til hvilke interessegrupper det er viktig å samarbeide med og konsultere i arbeidet. Videre er et sentralt element å ha god kunnskap om hvilke andre virkemidler som foreligger for å fremme en bærekraftig industri, det være seg lover og regulering, muligheter for skattlegging, lokale tiltak osv. God markeds kunnskap er også et krav i denne innledende fasen, det er viktig å ha kjennskap til forbrukernes mønster og hvilke rammebetingelser som påvirker sektoren. Det bør også etableres en oversikt over hvem som er de lokale interessegruppene, og sist, men ikke minst bør en ha en forståelse av hvilke bedrifter som eventuelt vil søke om en sertifisering. Markeds kunnskap er kanskje den som er mest mangelfull per dags dato i forhold til behovet for en oversikt (Sharpley 2001). Selv om forbruker signaliserer økt bevissthet omkring miljø- og miljøkrav betyr ikke dette nødvendigvis at denne bevisstheten iverksettes i praksis. Det er en diskusjon vi kommer tilbake til.

Sentralt i fase to er arbeidet med å utarbeide oversikt over hvilke potensielle miljøkonsekvenser turisme i området vil ha. Oversikt kan skaffes gjennom internasjonal litteratur om miljøeffekter og der det er mulig bør konsekvenser kobles til spesifikke aktiviteter. Slik kan en begynne å utvikle en liste over det som bør være prioriterte områder for sertifiseringskriteriene. Kriteriene bør være så klare som mulig, med klare indikasjoner på hvordan disse best imøtegår. Her er det viktig å konsultere lokale interessegrupper for å få deres oppfatninger og eventuelt korrigere listen over kriterier. I tillegg bør kriteriene testes. Testingen innebærer å se i hvilken grad bransjen selv forstår hva som er forventet av dem og hvorvidt de føler at de kan implementere systemet. I tillegg inkluderer det å se på bransjens egen vilje til å søke sertifisering, hva de anser som fordelene, hvordan de ser på prissetting osv. En viktig del av denne andre fasen er også å utarbeide en søkermanual og en manual for dem som skal vurdere alle søknadene.

Den tredje fasen har hovedfokus på forvaltning av ordningen og markedsføring. Det innebærer å se på kostnader knyttet opp til sertifisering og merking, noe som blant annet inkluderer både administrasjonskostnader, kontrollkostnader og utarbeiding av materiale for markedsføring. En selvfinansierende drift er det mest realistiske på lengre sikt. På denne måten gjør sertifiseringsordningen seg mindre sårbar mot endringer i økonomiske rammebetingelser. Som nevnt tidligere anbefales det også å etablere et samarbeid med organisasjoner som allerede fungerer som en eller annen form for kvalitetssikrer, for å gi ordningene troverdighet. Alternativt kan utvikler seg fungere som sertifiserende enhet, men programmets autoritet kan svekkes som et resultat.

4.3 Kriterier og standarder for sertifiseringsprogrammer

Alle sertifiseringsprogrammer har et sett av kriterier som søkere må imøtekomme for å kunne kvalifisere for en eventuell sertifisering. Med andre ord utgjør kriteriene selve kjernen i sertifiseringsprogrammene. Ved mange og strenge kriterier vil sertifiseringsordningen fremstå som relativt eksklusiv, noe som også kan ha en effekt på troverdigheten. Samtidig vil for strenge krav kunne utelukke en del mulige potensielle deltakere. I følge en UNDP rapport ser det ut til å være en sammenheng mellom kriterier og programmets geografiske rekkevidde. Det er som oftest flere og strengere krav til nasjonale program enn til regionale og internasjonale programmer (UNEP Industry & Environment Office 1998).

Kriterier for sertifisering kan være prosess - eller prestasjonsbaserte, men dagens sertifiseringsprogrammer omfatter ofte en kombinasjon av begge typer kriterier (Font & Tribe 2001; Honey 2002; Newsome et al. 2002). Mange hevder imidlertid at prosessbaserte systemer er dårligere tilpasset små bedrifter innen reiselivsbransjen enn de større bedriftene (Honey 2002, Synergy 2000) Argumentasjonen er, som tidligere nevnt, knyttet til kostnader. De prosessbaserte systemene er for dyre å gjennomføre for små og mer økonomisk sårbare bedrifter. De

prosessbaserte programmene har også vært kritiserte for at resultatene ikke alltid er så bærekraftige ute i naturen, fordi hovedfokus ligger på en intern forbedring. Det har også vært noe av utgangspunktet for den kritikken som har vært rettet mot Green Globe¹². Det er lite rom for å sammenligne bedrifter med prosessbaserte systemer fordi det ikke foreligger noen felles standard. Det gjør det mindre forståelig for forbrukere (Honey 2002). Prestasjonsbaserte programmer er lettere å sammenligne, men også disse har noen utfordringer. Kriteriene som tas i bruk er oftest kvalitative og det gjør at de kan være vanskelige å måle (ibid). Det er heller ikke noen absolutt enighet om at de prestasjonsbaserte programmene er bedre for små og mellomstore bedrifter (Font 2004).

Standarder i sertifiseringsprogrammer har hovedsakelig vært rettet mot kvalitet/standard, helse, sikkerhet og nå også miljømessig bærekraft. Bærekraftbegrepet er det som er minst utviklet i den forstand at det så langt har vært rettet mot fysisk miljø (Tooth 2002), noe som innebærer at kriteriene som er brukt ofte har vært knyttet til reduserte miljøeffekter av drift, redusert bruk av energi og vann, samt avfallsbehandling. Nå rettes imidlertid oppmerksomheten i større grad mot andre aspekter av bærekraftbegrepet, blant annet mot sosial bærekraft og rettferdighet. Det har resultert i at involvering av lokalsamfunn står mer sentralt når det gjelder turismeutvikling, slik at industrien i større grad kan bidra til å øke levestandard og livskvalitet i de områder som blir berørt av en slik utvikling (Font & Harris 2004). I flere av de utviklingslandene der det er tatt initiativ til sertifisering eller øko/kvalitetsmerking blir også menneskerettigheter og utviklingsmuligheter for fattige forsøkt integrert i sertifiseringsordningene (ibid), dette er blant annet gjort gjennom forskjellige initiativ i Kenya og Sør-Afrika (Koch 2002).

Sosiale og kulturelle aspekter er imidlertid enda vanskeligere å måle eller etterprøve enn økologiske, noe som nok er årsaken til at mange systemer for miljøtilpassing fremdeles hovedsakelig vektlegger ulike miljømessige aspekter. Eksempelvis har CST et krav om at hotell bør fremme og gjøre bruk av lokalt produserte varer. Å skulle måle dette vil kunne være både omfattende og kostbart. Anbefalinger fra WTO er at likevel at kriteriene for sertifiseringsprogrammer bør dekke både sosiale, kulturelle, økologiske og økonomiske aspekter.

Et sentralt element er at de kriteriene som utvikles skal motivere deltakerne til å nå et bedre miljønivå på virksomheten enn tidligere. Det vil med andre ord si at de må gå utover de generelle, offentlige miljøkrav, som stilles nasjonalt. Samtidig må de være klart definerte og ta inn over seg både lokale miljøforhold, turistbransjens ulike miljøeffekter (avhengig av type turisme virksomhet) og bransjens kunnskapsmessige og tekniske forutsetninger. Det finnes mye internasjonal faglitteratur knyttet til miljøeffekter av turistvirksomhet, noe som bør legges til grunn i utvikling av kriterier. Ved utvikling av kriterier er det viktig å være oppmerksom på hvordan ulike aktører vil ha ulike prioriteringer og synspunkt, avhengig av virksomhet. Som vi skal se er kriteriene for Naturene Bäste utviklet for produkter og ikke virksomheter, mens CST hovedsakelig har rettet seg mot ulike bedrifter som driver med innkvartering. Dette speiles naturlig nok i de kriteriene som er utviklet.

Som nevnt tidligere er det viktig at de kriteriene som legges til grunn har lokal relevans, noe som betyr at lokale interessegrupper må konsulteres underveis i prosessen. Testing av kriteriene er selvsagt også sentralt. Det at kriterier må ha lokal relevans forklarer en av hovedutfordringene ved å skulle utvikle sertifiseringsprogrammer som skal favne større områder, slik som nasjonale og internasjonale programmer. Samtidig er nettopp det store antallet modeller en av hovedutfordringene for sertifisering av turismen: Mengden av programmer og ordninger bidrar til å skape forvirring hos kundene og dermed en redusert markedsføringseffekt. Som vi skal se er grunnprinsippene og kriteriene for de tre utvalgte eksemplene relativt ulike.

¹² Noe av kritikken går også på bruk av logo. Green Globe operer med to logoer som det er liten forskjell på. De bedriftene som har implementert et miljøstyringssystem og de bedrifter som faktisk har forpliktet seg til å møte spesifikke standarder blir derfor blant forbrukere oppfattet likt, noe som kan føre til en "grønnvasking" av aktørene.

Naturens Bäste (Sverige)

Naturens Bäste bygger på to typer kriterier: hovedkrav og detaljkriterier. Hovedkravene retter seg blant annet mot at aktørene må jobbe aktivt med opplevelsesbasert turisme i naturen, og drive næringsvirksomhet i Sverige, registrert hos skatteetaten. Virksomheten som drives må kjennetegnes av miljøtilpasninger, naturhensyn, høy opplevelseskvalitet og godt vertskap, og arrangøren må ha god kunnskap om nasjonal og lokal lovgivning. Nøkkelpersonell må ha gått i kurs i regi av økoturismeforeningen om Naturens Bäste. En rekke ulike aktører deltok i utviklingen av kriteriene i en toårsperiode i forkant av lanseringen av Naturens Bäste. Det mener man er noe av nøkkelen til merkingens foreløpige suksess (Dan Jonasson pers. med, 2006).

De fem detaljkriteriene er som følger:

1. Respekt for reisemålets begrensninger, minst mulig slitasje på natur og kultur
2. Stimulere den lokale økonomien (bl.a. gjennom bruk av lokale produkter og tjenester)
3. Miljøtilpasse hele virksomheten (for eksempel kildesortering, bruk av kollektivtransport)
4. Satse på opplevelsesglede, kunnskap og respekt
5. Kvalitet og trygghet på reisen (i forståelsen oppholdet)

Kriteriene har videre en rekke praktiske og konkrete grunnkrav og bonuskrav knyttet til seg. Under følger en oversikt over grunnkrav og bonuskrav knyttet til det første kriteriet – respekt for reisemålets begrensninger.

Arrangør:

- ✓ arrangør eller underleverandør har god kjennskap til reisemålet og spesielt til natur – og kulturverdier
- ✓ skriftlig reismålsanalyse er utarbeidet og vedlegges søknad
- ✓ alle underleverandører og guider får en konkret liste over hva som kreves av dem for at produktet skal kunne merkes som "Naturens Bästa".
- ✓ underleverandører/guider informeres om de skal kunne besvare deltakernes spørsmål om hvordan produkt/ arrangement oppfyller krav for å kalle seg Naturens Bästa.
- ✓ arrangøren er fortrolig med de forstyrrelser som uforsiktig oppførsel kan innebære for dyreliv, sårbare naturområder og lokalbefolkning og arbeide aktivt for å redusere negative effekter på alle felt

Arrangement/produkt:

- ✓ reismålsanalysen skal styre hvordan arrangementet gjennomføres
- ✓ gruppestørrelse bestemmes av sårbarheten på det området som besøkes, miljøfaktorer, samt de reisendes sikkerhet og opplevelseskvalitet
- ✓ det må tas kontakt med reisemålets grunneiere, om ikke bruk kan ses på som bagatellartede eller antall grunneiere for stort. Det bør uansett motiveres til deltakelse.
- ✓ på de steder der arrangør har høy eller jevnlig besøkelsesandel skal det være inngått skriftlig avtale med grunneier
- ✓ de grunneiere som vil ha det får skriftlig avtale
- ✓ der staten er grunneier på reinbeiteområder må aksept (tillstand) for bruk innhentes fra Länsstyrelsen
- ✓ lokale regler og anbefalinger for verneområder skal alltid respekteres
- ✓ arrangement baseres på en langsiktig og etisk akseptabel utnytting av ressurser, så ingen skader eller olågenhet oppstår for miljø og menneskelig helse
- ✓ dersom det er fare for at arrangementet kan føre til skader eller olågenheter skal ar-

- ✓ rangøren ikke gjennomføre arrangement
- ✓ Kontakt må tas med naturvernmyndigheter for å sikre at sårbare naturverdier ikke blir forstyrret gjennom uaktsom bruk
- ✓ Reindriftsutøvernes behov for ro for rein skal respekteres, særlig i perioder av året som er kritiske for rein.

Bonuskriterier:

- ✓ Arrangør: avsetter en dag årlig for at en ansatt skal kunne øke sin kompetanse på økoturisme, for eksempel gjennom seminarer, kurs, workshops, eller kontakter inn mot forskning
- ✓ Arrangement: skriftlige avtaler inngått med alle berørte grunneiere
- ✓ Kontakter er tatt med naturvernorganisasjoner, lokale interesseorganisasjoner og ulike myndigheter/nøkkelpersoner

Kravene retter seg altså både mot arrangør/bedrift og mot arrangement/opplevelse. Mens alle grunnkravene må oppfylles, gjelder dette kun 25 % prosent av bonuskravene.

Det stilles også særskilte krav til enkelte aktiviteter (eks grotteturer, hundespann, kajakk og kano, vinterarrangement der scooter benyttes). Ser vi på krav knyttet til fiske, omfatter grunnkravene blant annet følgende:

Arrangør:

- ✓ Arrangør har minst to års erfaring innen fisketurisme
- ✓ Arrangør følger Fiskeriverkets og det respektive Länsstyres lover og regler, samt rettighetshavers regler
- ✓ Arrangør har, senest to år etter at arrangementet er merket, tatt et kurs økoturismemerket fiske og fiskestell.

Arrangement:

- ✓ Fiske skjer kun på naturlige arter, på en måte som bevarer og beskytter den naturlige fiskebestanden og naturmiljøet
- ✓ Arrangør fører fiskedagbok som viser mengden fisk fisket per dag (art/kg/cm/fiskedag) og hvor mange som er sluppet ut igjen.

Høsten 2005 ble kriteriene revidert og det er nå utarbeidet nye krav for perioden 2006 - 2010. Det er ikke foretatt store endringer, men mer en komplettering og forbedring av eksisterende kriterier, i tillegg til at krav om andelen oppfylte bonuskriterier økte fra 10 til 25 %.

CST – Costa Rica

Dette sertifiseringsprogrammet har fastsatt et system for "bærekraftnivåer" som går fra 0 – 5. Hvert av numrene indikerer en relativ posisjon i forhold til bærekraftig turisme, og kan sammenlignes med stjernesystemet som brukes for å indikere hotellstandard. Kategori 1 indikerer et første steg mot en bærekraftig drift, mens kategori 5 viser til at bedriften driver på en svært bærekraftig måte. For kunne profilere sin virksomhet på nivå tre, må for eksempel minst 60 % av kravene være oppfylte.

Det er fire hovedtemaer som blir evaluert. Disse fire temaene er igjen inndelt i 20 undertema som representerer positive eller negative konsekvenser av aktivitetene. Disse har et sett av ja/nei spørsmål knyttet til seg. Totalt er det 153 spørsmål/sjekkpunkter i systemet. Spørsmålene er utviklet for å bistå i evalueringen av i hvilken grad bedriften fyller en serie av standarder utviklet for de sosiale, kulturelle og miljømessige sidene. Hvert av spørsmålene referer til et bærekraftmoment som bedriften bør oppfylle for hvert enkelt nivå av kriterieoppfylling. Spørsmålene vektet etter relevans (1-3) og ut i fra endelig poengsum beregnes bedriftens samlede "bærekraft".

De fire hovedtemaene er:

- | | |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Fysisk biologisk miljø | 1. retningslinjer og program
2. utslipp og avfall
3. hager,
4. naturlige områder
5. vern av flora og fauna |
| 2. Infrastruktur og tjenester | 6. intern miljøforvaltningspraksis
7. vannforbruk
8. energiforbruk
9. generelt konsum: mat og drikke, vaskemidler og kosmetiske produkter
10. avfallshåndtering: organisk/uorganisk avfall
11. opplæring av ansatte |
| 3. Kunder/forbrukere | 12. formidling av miljøprogram
13. rominformasjon og forvaltning
14. incentiv for miljøbevissthet
15. måling av kundenes tilbakemeldinger |
| 4. Sosioøkonomisk miljø | 16. direkte økonomiske fordeler for lokalsamfunn
17. indirekte økonomiske fordeler for lokalsamfunnet
18. bidrag til å fremme lokal kultur
19. bidrag til offentlig helse,
20. bidrag til lokal infrastruktur og sikkerhet |

Kriterier under det siste temaområdet er for eksempel formulert på følgende måte:

- ✓ Minimum 60 % av bedriftens (hotelllets) ansatte kommer fra lokalsamfunnet
- ✓ Hotellet tilbyr opplæring til lokale folk, så de kan arbeide på hotellet
- ✓ De administrativt ansatte på hotellet er costaricanere
- ✓ Hotellet bidrar til, og støtter trening og opplæring av personell for kompletterende turismeaktiviteter
- ✓ Hotellet ansetter personell som har opplæring i kompletterende turismeaktivite-

ter

- ✓ Alle ansettelser skal være i forhold til regelverk
- ✓ Jobbmulighetene som tilbys på hotellet skal ikke skape vanskelige situasjoner innen lokalsamfunnet

(Synergy 2000)

Systemet er gradert slik at overnattingsbedriftene kan bli vurdert på en skala fra en til fem i forhold til bærekraft, avhengig av i hvor stor grad de oppfyller kriteriene knyttet til de fire temaene. En undersøkelse fra 2002 viste at 81 % av alle de sertifiserte hotellene befant seg mellom 0 og 2 på skalaen. Så langt har bare to av de sertifiserte hotellene oppnådd en 5 på skalaen.

EcoCertification Australia:

I utviklingen av det opprinnelige programmet ble åtte hovedprinsipper lagt til grunn, og etter revisjonen i 2003 ble listen utvidet med to. Til disse ti prinsippene er det utarbeidet detaljerte og spesifikke kriterier hvorav noen er kjernekrterier, mens andre er bonuskrterier. Prinsippene skal dekke økonomisk, økologisk og sosial bærekraft. Bedrifter som søker om sertifisering som naturturisme må kun dekke seks av disse prinsippene, mens alle prinsippene må oppfylles av produkter som søker sertifisering som økoturisme eller avansert økoturisme. Sistnevnte kategori krever også oppfyling av 80 % av alle bonuskrterier. Tilleggspoeng kan oppnås dersom evalueringspanelet finner at enkelttiltak er innovative i forhold til hva som regnes for god praksis.

Tabellen under er hentet fra EcoCertification Australias hjemmeside (http://www.ecotourism.org.au/eco_certification.asp) og beskriver de ti prinsippene og hvilke som stilles til de tre hovedkategoriene av turisme. Naturturisme defineres som økologisk bærekraftig turisme med hovedfokus på opplevelse av naturområder. Økoturisme defineres som økologisk bærekraftig turisme med hovedfokus på opplevelse av naturområder som sporer til miljømessig og kulturell forståelse og bevaring

Triple bottom line	The nature tourism or ecotourism product principles:	Ecotourism/Advanced Ecotourism	
		Nature Tourism	
Economic Sustainability	1. Business Management and Operational Planning	✓	✓
	2. Business Ethics	✓	✓
	3. Responsible Marketing	✓	✓
	4. Customer Satisfaction	✓	✓
Environmental Sustainability	5. Natural Area Focus	✓	✓
	6. Environmental Sustainability	✓	✓
	7. Interpretation and Education	N/A	✓
	8. Contribution to Conservation	N/A	✓
Social Sustainability	9. Working with Local Communities	N/A	✓
	10. Cultural Respect and Sensitivity	N/A	✓

- 1: Bedriftsledelse og driftsplanlegging:** en sunn bedriftsledelse og drift er essensielt for å kunne oppnå økonomisk bærekraft
- 2: Bedriftsetikk:** bedriften og alle dens ansatte må følge bedriftsetiske retningslinjer
- 3: Ansvarlig markedsføring:** presis markedsføring for å skape realistiske forventninger
- 4. Kundetilfredshet:** naturturisme og økoturisme skal møte kundens forventninger
- 5. Fokus på naturområder:** hovedkriteriet er at den besøkende skal tilbringe mesteparten av sin tid i et område hvor hun kan bruke minst tre av fem sanser. En helikoptertur uten stopp tilfredsstillende for eksempel ikke dette kriteriet, i motsetning til en sykkeltur eller rafting. Andre kriterier inkluderer maks. størrelse på gruppe, kvalitet på møte mellom grupper, bruk av tema fra natur i markedsføring
- 6. Miljømessig bærekraft:** dette er et omfattende punkt og inkluderer blant annet miljøkunnskap blant de ansatte, planlegging og beredskap i forhold til miljømessige krisesituasjoner, driftens stedlige lokalisering (passer den i forhold til arealforvaltning), miljøplanlegging og konsekvensutredninger, landskapspleie og rehabilitering, byggemetoder, støy, luftkvalitet og avløpsvann, energisparingstiltak, forstyrrelse av dyreliv, og minimale effekter av spesifikke aktiviteter som fotturer, båtaktiviteter, rideturer etc.
- 7. Tolkning og opplæring:** kunder må ha mulighet til å lære noe om både natur og kultur. For sertifisering for såkalt avansert økoturisme er formidling et kjerneaspekt ved opplevelsen. Kriteriene for tolkning knytter seg til informasjonstilgang, validitet (med andre ord, hvor presis er den informasjonen som gis) og opplærings- og kunnskapsnivå blant ansatte.
- 8. Bidrag til bevaring:** omfatter positive og aktive bidrag til bevaring av naturområder eller biodiversitet, noe som omfatter for eksempel fysisk eller økonomisk støtte til rehabilitering av områder med brukerslitasje. Kan også inkludere enklere tiltak som fjerning av søppel. Dette kan også innebære støtte til forskning på og overvåking av konsekvenser av turisme, samt støtte til lokale og nasjonale organisasjoner som jobber med bevaring.
- 9. Samarbeid med lokalsamfunn:** Her vurderes ansettelse av lokalbefolkning og bruk av lokale produkter og tjenester, informasjon til kunder/reisende for å redusere kulturkonflikter, konsultasjon med representanter for lokalsamfunn, støtte til eller rabattordninger for lokale skoler eller innbyggergrupper, konsultasjon og medvirkning fra bærere av lokale kulturer, fortolkning knyttet til lokale kulturer
- 10. Kulturell respekt og sensitivitet:** Kriteriene omfatter minimale konsekvenser av turisme for lokal kultur. Lokalsamfunn bør være involvert i presentasjonen av økoturismeproduktene, noe som innebærer konsultasjon av lokale ressurspersoner. Turistene må blant annet gjøres oppmerksomme på hva som er akseptert oppførsel,

4.4 Sertifisering, evaluering og revisjon

Skal et produkt eller en aktør kunne sertifiseres eller motta en eller annen form for kvalitets- eller økomerking, må det selvsagt vurderes i hvilken grad gitte standarder etterfølges. En stor utfordring for mange av de eksisterende ordningene er at den samme aktøren ofte har flere roller: En og samme institusjon kan rekruttere søkere, evaluere disse søkerne og utstede retten til bruk av logo (Honey 2002). I utgangspunktet skal et sertifiseringsselskap være akkreditert av et akkrediteringsorgan for å kunne evaluere hvorvidt et produkt eller en bedrift oppfyller

visse standarder (Font 2002). Akkrediteringsselskapenes oppgave er "å kontrollere kontrollørene", det er dette som refereres til som en tredjepartsevaluering, det innebærer at sertifiseringen er godkjent og kontrollert av en part som verken er kontrollert av søker eller tilbyder (Tooth 2002). Innen en rekke bransjer finnes det mange etablerte akkrediteringsselskaper, som for eksempel innen tømmer- og matproduksjon.

Innenfor turistmerkingen er dette en akilleshæl fordi dette ofte er den mest kostnadskrevende delen av et velfungerende sertifiseringssystem. Så langt er resultatet at mange programmer og merkinger ikke har kommet særlig langt med akkurat denne viktige biten. Til tross for at mange av dagens programmer arbeider aktivt med å sikre sitt omdømme og en berettiget bruk av logoer og markedsføringsmateriale er det problematisk at det ofte er samme instans som er ansvarlig for de ulike leddene og har flere roller i sertifiserings- eller merkingsprosessen. Det kan lett oppstå spørsmål om programmenes troverdighet, noe som har gjort at det er en økende etterspørsel etter tredjepartsevalueringer og akkreditering av de som utsteder sertifisering.

For de tre eksemplene våre ser vi at dette er løst på ulikt vis. Programmet i Costa Rica gjør bruk av en tredjeparts akkrediteringskomité hvor ulike sektorer og fagmiljøer er representerte (Rivera 2004). I Australia er Ecotourism Australia, organisasjonen som utsteder sertifiseringen, selv akkreditert av et nasjonalt akkrediteringsorgan. I tillegg har man etter revisjonen i 2003 opprettet et eget uavhengig revisjonsorgan. Svenskene har på sin side ikke noen form for tredjepartsevaluering, noe de ikke er alene om. Naturens Bäste har en merkingskomité som består av flere ulike sakkyndige innen økoturisme, friluftsliv, biologi og reiseliv. Her har man vurdert det slik at et sertifiseringsprogram med tredjepartsevaluering vil bli for omfattende, vanskelig å administrere og svært byråkratisk. Dette kan også forklare at den svenske merkingen inkluderer kriterier av den mer subjektive typen – dvs kriterier knyttet til gjestfrihet, det å få kunden til å føle seg velkommen. Det vektlegges som sentralt for merkevarebygging, som Naturens Bäste i stor grad bidrar til (Dan Jonasson pers. med. 2006).

Mangel på tredjepartsevaluering har vært utgangspunkt for den internasjonale Regnskogsalliansens initiativ til å etablere det de kaller et internasjonalt styringsråd for bærekraftig turisme. Hovedformålet skal være å akkreditere de sertifiseringsprogrammene som søker og dermed å forbedre forbrukernes tillit til sertifiseringsprogrammene (<http://www.rainforest-alliance.org/programs/tourism/initiatives/stewardship-council.html>), (Sanabria 2002). Foreløpig har dette initiativet vist seg å være svært kostbart å gjennomføre.

Selve prosessen for mange av de forskjellige merkingene foregår i dag på den måten at søkerne foretar en form for egenevaluering først, ut i fra de inngangskrav som den spesifikke merkingen stiller. På denne måten får søker et inntrykk av hvordan de ligger an i forhold til krav og hva som eventuelt må endres på. Selve søknaden går ofte gjennom en sorteringsprosess hos organisasjonen som utsteder sertifikat eller merke, basert på bedriftens markedsføringsmateriale og egenevaluering av drift i forhold til gitte kriterier. Feltbesøk er ikke alltid en selvfølge, i noen programmer gjøres dette gjerne ett – to år etter at produkt eller aktør er sertifisert. Andre programmer gjennomfører besøk i søknadsfasen dersom det er mistanke om uregelmessigheter eller nødvendig med avklaringer. Mangel på ekstern innledende evaluering bidrar til å redusere troverdigheten til flere av programmene, og dette er et felt mange etter hvert er blitt bevisst på. Derfor går trenden i retning av tredjepartsevalueringer selv om disse ofte ikke gjennomføres før etter et år eller to (Honey 2002).

Naturens Bäste:

Når en bedrift skal søke om sertifisering av sine produkter, må den kjøpe en innledende startpakke fra den svenske økoturismeforeningen. Prisen for startpakken dekker søknadsutgiftene for et valgfritt antall arrangement (kan søkes om merking av inntil 5 produkter av gangen). I denne startpakken finnes informasjon om programmet, sjekklister for egenevaluering og lister over aktuell litteratur. Beskrivelser av de arrangement det søkes sertifisering for må gis, og eventuelt markedsføringsmaterieell må sendes sammen med søknaden. Samtidig må søker melde seg på et kurs hos Naturens Beste, et kurs som er obligatorisk for alle godkjente ar-

rangører og som gir mer innsikt i kvalitetsmerkingens prinsipper og hvordan man praktisk går frem i søknadsfasen.

Når bedriften har foretatt en innledende evaluering, sendes denne til økoturismeforeningen. I tillegg til en egenrevisjon, må søker oppgi referansepersoner som kan gi informasjon om arrangørens drift. Referansepersonene kan representere ulike sektorer som naturvern, friluftsliv, reiselivsorganisasjoner eller kommunal sektor. Dersom økoturismeforeningen vurderer det slik at søker bør kunne klare krav til merking, gjennomføres det et bedriftsbesøk, et såkalt granskingsbesøk, hvor en representant fra den svenske økoturismeforeningen sammen med arrangør går gjennom virksomheten og den innleverte søknaden.

Bedriftsbesøk og gjennomgang resulterer i en rapport, som markedskomiteen (oppnevnt av styret i Naturens Bäste) vurderer. Denne komiteen består av 3 - 7 medlemmer som har spesiell kompetanse på områdene naturbasert reiseliv, naturvern, friluftsliv og turismebransjen generelt. Dersom det er spesielt behov for det, blir andre spesialister kalt inn. Alle som gjennomgår søknader går gjennom et kurs hos den svenske økoturismeforeningen, som er en av de tre avsenderne til NB. Kostnadene ved et slikt kurs er ukjente.

Når en arrangør først har oppnådd å få merket sine produkter, vil stikkprøver og kontroller gjennomføres for å sikre at kravene til produktet overholdes. Negative kundereaksjoner tas alvorlig og kan danne grunnlaget for kontroll. Det jobbes kontinuerlig med å forbedre rutinene for revisjon og kontroll. Dersom det oppleves mislighold eller brudd på krav, manglende betaling av årsavgift og liknende, vil arrangøren miste retten til å bruke merkingen.

Prisen for å merking er som tidligere nevnt avhengig av inntjening, en søker med inntekt på mindre en 300 000 årlig, betaler en årsavgift på 1500 SEK. Årsinntekter mellom 300-500 000 gir en årsavgift på 1800 SEK, mens inntjening på mellom 5 og 15 millioner gir en avgift på 3 000 SEK.

CST:

Også det costaricanske programmet legger opp til en innledende selvgranskning. Søkerne (som representerer ulike typer overnattingsbedrifter, etter hvert også turoperatører) må først registrere seg hos CST, hvorpå man mottar et evalueringsskjema. Dette må fylles ut og sendes til det nasjonale turistinstituttet ICT. Som nevnt tidligere subsidierer det costaricanske turismeministeriet alle søkeravgifter i første søkerrunde (Font & Harris 2004), i tillegg til å gi teknisk støtte til alle søkere og bidra med markedsføringen av programmet.

CST har en egen akkrediteringskomité hvor en rekke relevante miljøer er inkludert. Forsknings- og utdanningssektoren er representert, blant annet ved universitetet i Costa Rica, og privat sektor ved det nasjonale turistrådet. Internasjonale organisasjoner som IUCN og offentlig sektor ved departementet for miljø og energi, samt nasjonalt institutt for biodiversitet deltar også i komiteens arbeid. Komiteen får støtte fra en teknisk komité, sammensatt av fagpersoner med ulik fagbakgrunn. Disse jobber med å utvikle parametere og indikatorer som skal gjøre det lettere å evaluere søkerbedriftens bærekraft. Det er landets eget turistinstitutt som koordinerer og implementerer komiteens anbefalinger i form av godkjenning eller avvisning av en søknad. Når overnattingsbedriften er sertifisert får den ta i bruk CST logoen i sin markedsføring. Revisjon er planlagt hvert andre år.

EcoCertification Australia

Søknadsprosessen til det australske programmet er ganske likt det svenske – ikke overraskende, med tanke på at Naturens Bäste har benyttet en del av de australske erfaringene. Også her må det kjøpes en startpakke (85 australske dollar), som i likhet med de to andre programmene inneholder en selvevaluering med en rekke spørsmål knyttet til produkt og aktør. Som for det svenske programmet må det også oppgis referanser. To ulike referanser må kjenne til produktet og til sertifiseringsprogrammet og en av referansene må ha sitt arbeid i tilknytning til forvaltning av verneområder. Det vil kunne oppnås tilleggspoeng utover grunnpoengene gjennom

å gi egne, gode driftseksempler (såkalt "best practices"). Og markedsføringsmateriale må også vedlegges søknaden, slik at de som skal bedømme den får et inntrykk av de verdier som vektlegges i markedsføringen. Er der mistanke om uregelmessigheter vil det gjøres et feltbesøk (Chester & Crabtree 2002). Det kan søkes om sertifisering av ulike produkter innenfor de tre kategoriene som programmet har, altså naturbasert turisme, økoturisme og avansert økoturisme.

Når søknad mottas går den gjennom to ulike nivå. Den vurderes først av en representant fra bransjeorganisasjonen "Ecotourism Australia" (www.ecotourism.org.au/EcoCertification3.pdf). Dersom det er behov for det vil referansepersonene kontaktes eller tilleggsinformasjon søkes. På bakgrunn av dette vurderes søknaden deretter av et større panel før en endelig beslutning blir tatt. Selve søknads – og evalueringsprosessen for programmet har vært gjenstand for diskusjon, en diskusjon som også er aktuell for de andre programmene. Spørsmålet som stilles er i hvilken grad det er mulig å drive en egenvurdering i forkant av sertifisering, hvor realistisk blir denne vurderingen for en søker som ønsker sertifisering? (Chester and Crabtree 2002). Å skulde ha eksterne uavhengige konsulenter som drar på feltbesøk viser seg å bli for dyrt og derfor har løsningen vært å kreve referanser fra kvalifisert hold, som kan bekrefte søkers egenvurdering.

Det australske programmet har gjennomført en årlig papirrevisjon av alle produktene, igjen basert på egenvurdering ut i fra de 10 hovedprinsippene. Det har tidvis vært gjennomført en stedlig revisjon, når disse gjennomføres skal operatør varsles 21 dager i forkant. Etter revisjonen av programmet er det blitt opprettet et nasjonalt uavhengig revisjonspanel (National Independent Audit Program Panel) som skal følge revisjonsprosessen. Det er et mål at alle bedrifter skal gjennomgå revisjon innen 2005. Det er verdt å merke seg at Australia har en egen forening som godkjenner nasjonale akkrediteringsprogrammer for turisme, og at Ecotourism Australia som driver sertifiseringsprogrammet er akkreditert. Verken Costa Rica eller Sverige har tilsvarende ekstern akkreditering av sertifiseringsutsteder.

Når et produkt er sertifisert kan det benytte seg av programmets logo i markedsføringsøyemed for en treårsperiode. I denne perioden forplikter produktarrangør å sende inn en årlig erklæring om at produktet fortsatt følger angitte standarder. Det må også betales en årlig avgift. Når treårsperioden er over må det søkes på nytt om sertifisering i henhold til eventuelle nye krav. Den årlige avgiften er basert på selskapets inntjening. En bedrift som tjener mindre enn 100 000 dollar årlig betaler en årlig avgift på 220 dollar, mens en bedrift som har en inntjening på mer enn 10 millioner betaler 940 dollar året.

Tabell 4.1. Sammenligning av en del viktige forhold ved sertifiserings/merkeordningene Naturen Bästa i Sverige, CST i Costa Rica og ETA i Australia.

	Eier/organisering	Oppstarts tidspunkt	Finansiering	Kriterier (grunnstruktur)	Evaluering/ revisjon
NB	Svensk reise – og turistråd, det svenske naturvernforbundet og den svenske økoturismeforeningen	2002	Fra lokale, regionale og sentrale myndigheter (til oppstart). Driftsinntekter, sponsormidler og offentlige midler per dags dato	5 detaljkriterier med konkrete grunnkrav og bonuskrav	Ingen tredjepartsevaluering
CTS	Costa Ricas turismeinstitutt	1997	Offentlige midler og driftsinntekter	Opererer med 5 bærekraftsnivåer og vurderer 4 tema, som igjen er inndelt i 20 undertema	Bruk av nasjonal akrediteringskomite
ETA	Ecotourism Australia, en bransjeorganisasjon med medlemmer fra ulikt hold (forvaltere av verneområder, overnatting, turismepanleggere, studenter og forskere etc)	1996 (med flere påfølgende revisjoner)	Selvfinansierende	Kriterier knyttet til 10 grunnprinsipper. Sertifiserer i forhold til tre ulike kategorier	Årlig papirrevisjon, nylig opprettet uavhengig revisjonspanel

4.5 Viktige erfaringer i andre programmer

Fordi CST og EcoCertification Australia har eksistert over en relativt lang periode i forhold til mange andre program, har disse to programmene vært gjenstand for vurdering og gjennomgang fra flere hold. Derfor vet vi også noe om hva som anses som fordeler og ulemper ved disse programmene. Men som nevnt innledningsvis finnes det et utall av sertifiseringsprogrammer og priser som utdeles til bedrifter og produkter som holder høye miljømål. Selv om flere av disse ikke er så kjente som de to eksemplene fortjener flere oppmerksomhet fordi de representerer både positive lærdommer og viktige utfordringer. Her gis det noen få eksempler.

Brasil

Costa Rica er ikke alene i Latin-Amerika om å sertifisere turisme, i Brasil finner vi også et sertifiseringsprogram for bærekraftig turisme – Programa de Certificação em Turismo Sustentável. Initiativet har nasjonal dekning og ledes av utdanningssektoren ved Institute for Hospitality sammen med brasiliansk råd for bærekraftig turisme. Den interamerikanske utviklingsbanken og det nasjonale eksportbyrået har bidratt økonomisk. Markedsføring av Brasil som en bærekraftig turismedestinasjon internasjonalt er en sentral del av programmet. Hovedmålgruppe er små og mellomstore overnattingsbedrifter. Programmet ble iverksatt i 2002, etter modell fra Costa Rica, Australia og tidligere brasilianske erfaringer. Utvikling av standarder har vært gjort ved hjelp av 6 forskjellige workshops med deltakelse fra lokale interessegrupper og ved hjelp av offentlig høring. Programmet gjennomfører opplæringskurs for revisjonsansvarlige og konsulenter, i tillegg driver de programansvarlige med markedsundersøkelser og promotering av

programmet og de sertifiserte bedriftene internasjonalt. Det er flere ting som er viktige å merke seg med den brasilianske ordningen:

- Fokus er mot små og mellomstore bedrifter, som utgjør kjernen av turistindustrien i landet. CST er nettopp kritisert for å ikke makte å favne om de mindre bedriftene (Newton 2004)

- Det er godt samarbeid mellom akademisk miljøer og nasjonale eksportinteresser, som på hvert sitt felt kan gi viktige bidrag.

- Åpenhet og innsikt – gjennomføring av den innledende revisjonen blir offentliggjort før beslutningen om en sertifisering tas. Det dreier seg ikke om offentliggjøring av sensitiv informasjon, men om å åpne for en transparent og prosess som gir selve sertifiseringssystemet økt troverdighet. En slik åpenhet kan for eksempel ikke EcoCertification vise til (Synergy 2000). CST har offentliggjort slike resultater på web, men slik de er plassert i dag er de ikke lett å finne, noe som gjør at effekten av tiltaket forsvinner.

I 2005 var mer enn 200 selskaper sertifiserte i Brasil. Mer om det brasilianske programmet finnes på www.pcts.org.br. Generelt kan det være verdt å merke seg at flere av programmene ikke har kriteriene tilgjengelig for andre enn søkere, noe som gir mindre innsikt i sertifiseringsordningens krav og profil for utenforstående, eksempelvis forbruker.

Storbritannia

The Green Tourism Business Scheme, Storbritannia, har utviklet et tredelt merkingssystem. Søkerne kan bli sertifiserte på bronse, sølv eller gullnivå, avhengige av i hvor stor grad de oppfyller de miljømessige kriteriene. De bedriftene som er lavest sertifisert har dermed stadig noe å strekke seg etter, og det kan tenkes at tredelingen skaper en lavere terskel for deltakelse for mange bedrifter. Nettopp dette er merkingens styrke, det blir lettere for flere å delta og det er flere nivå å jobbe mot over tid. Innenfor dette programmet praktiseres stedlige inspeksjoner og kontroller hvert annet år, og disse foretas av en representant fra skotsk turistråd eller miljømyndighetene. På den måten følges både bransje – og miljøaspekter godt opp (Synergy 2000). Bedriftene måles opp mot 120 mål på god praksis, og representerer både miljømessige, økonomiske og sosiale aspekter. Disse omfatter både forvaltning og formidling, effektiv energibruk, naturvern, bruk av lokale produkter, fornybar energi og lokal deltakelse. Ordningen oppfattes likevel å være svakere på å ivareta økonomiske og sosiale aspekter enn på de miljømessige (Synergy 2000).

Østerrike

Østerrike bør nevnes i denne sammenhengen fordi landet så langt er det eneste i Europa som har etablert ett nasjonalt landsdekkende merke. Anbefalinger fra WTO er at alle nasjonale myndigheter bør utvikle strategier og retningslinjer som inkluderer sertifisering, og Østerrike er altså langt fremme med henblikk på sin merkeordning. For øvrig er det skrevet lite om denne ordningen og det er derfor begrenset kunnskap om hvor velfungerende den eventuelt er.

Regionale initiativ

Et europeisk pågående initiativ som kan være verdt å merke seg er ”Ecoroute”, som blant annet våre svenske naboer er involverte i. (EcoRoute – route to route to sustainable rural development through Ecotourism labelling) er et prosjekt som går over to år, finansiert med EU-midler. Foruten Sverige deltar Hellas, Ungarn og Romania og målsettingen er å jobbe for å etablere en kvalitetsmerking av økoturisme, utviklet med basis i den svenske modellen. Merkingen skal omfatte mat, naturbaserte opplevelser, transport osv. Det er med andre ord en ganske ambisiøs ordning, i forhold til mange andre programmer som hovedsakelig retter seg

mot innkvartering. I tillegg ser prosjektet på mulighetene for å etablere en europeisk ordning som åpner for lokale tilpasninger. Så langt er pilotprosjekter gjennomført i de fire landene, og prosjektene har kartlagt eksisterende lovgivning og reguleringer som er sentrale i forhold til sertifisering av produkter, i tillegg til pilotområdenes viktigste ressurser. Det er også utarbeidet en håndbok for merking av økoturisme. Som del av prosjektet er det iverksatt tiltak for å oppmuntre og støtte økoturismemerking lokalt, og diverse tiltak for kapasitetsbygging. Et viktig resultat av dette arbeidet er en økt forståelse av utfordringene ved å bruke sertifisering for økoturisme i områder hvor dette verktøyet tidligere ikke har vært benyttet. I så måte kan erfaringer fra dette prosjektet være nyttige i forhold til arbeidet med en eventuell sertifiseringsordning for norsk naturbasert turisme. Et annet viktig resultat er anledningen til å prøve ut om og hvordan økomerking kan iverksettes i ulike regioner, noe som også gir verdifulle erfaringer for en felles europeisk merking¹³ (www.ecoroute.org).

Den Grønne Nøgel, det opprinnelig danske sertifiseringsprogrammet, dekker allerede flere europeiske land, deriblant Frankrike, Sverige, Estland og Litauen. For dette flernasjonale sertifiseringsprogrammet for overnattingsbedrifter, fritidsaktiviteter og restauranter har man opprettet en nasjonal styringsgruppe innen det enkelte land, med representanter fra myndigheter, organisasjoner og bedrifter. Det er de nasjonale styringsgruppene som står for godkjenning av søknader og de periodiske kontroller som gjennomføres (www.greenkey.org), mens selve programmet driftes av Den Grønne Nøgel Danmark og FFE (Foundation for Environmental Education), som også drifter Blue Flag. Eksempelet illustrerer at det er mange ulike måter å organisere flernasjonale programmer på.

Green Globe 21 er et ambisiøst forsøk på å internasjonalisere et sertifiseringsprogram. Selskapet ble som tidligere nevnt etablert av World Travel and Tourism Council så tidlig som i 1993, men ble i 1999 et uavhengig selskap som ledes av et styre rekruttert fra turismenæringen. Green Globe 21 sertifiserer selskaper opp mot en global standard. Standard er utviklet for fire forskjellige områder; selskap, lokalsamfunn, internasjonal økoturisme og bygg og design (www.greenglobe21.com). Standardene inkluderer både miljømessige og sosiale aspekter. I dag er selskapet representert på verdensbasis og har en rekke samarbeidsavtaler med ulike forskningsmiljøer og nasjonale turismeorganisasjoner. Selskapet jobber også sammen med Den Grønne Nøgel, det danskbaserte sertifiseringsprogrammet for overnattingsbedrifter og restauranter.

Green Globe 21 arbeider i forhold til en tretrinnsmodell. Første trinn omfatter økt bevissthet gjennom at selskapet melder seg inn i Green Globe og utvikler en plan for miljømessig og sosial bærekraft som sendes inn til Green Globe. Trinn to omfatter såkalt "benchmarking" (referansenormering) hvor bedriften vurderes ut i fra spesifikke indikatorer knyttet til spesielle innsatsområder. Dette er forstadiet til trinn tre, som er sertifisering. Det er ti områder med kriterier som bedriften må dekke for å bli "benchmarket". Disse inkluderer blant annet energibruk og energieffektivitet, bruk og forvaltning av ferskvannsressurser, arealplanlegging og forvaltning, støykontroll og luftkvalitet. Dersom kriteriene oppfylles får bedriften lov til å ta i bruk Green Globes logo, men uten den store haken midt i logoen. Den får man kun lov til å benytte dersom bedriften også er sertifisert. Det innebærer et bedriftsbesøk av en uavhengig gransker, som etter besøket og gjennomgang av skriftlig dokumentasjon skal gi en innstilling til Green Globe. Bedriftsbesøket (tredjepartsevaluering) må dekkes av bedriften selv, noe som gjør at kostnadene ved hele sertifiseringen blir relativt høy og dermed lite tilgjengelig for små og mellomstore bedrifter. Disse utgjør den største delen av turismeindustrien og det er uheldig at høye kostnader ekskluderer dem fra å bli sertifiserte (Synergy 2000). De øvrige avgifter som må betales til Green Globe er avhengig av størrelse og lokalisering av et selskap. Såkalt utviklede land må betale 100 prosent, mens mindre utviklede land og utviklingsland betaler henholdsvis 75 % og 60 % av den totale pris (www.greenglobe21.com).

¹³ Det kan imidlertid være verdt å merke seg at interessen for en felles økomerking for Europa synes å være relativt lav (Hamele 2001).

Green Globe er ikke bare blitt kritisert for å holde et høyt kostnadsnivå, men også for å ikke ha et tydelig nok skille mellom de sertifiserte og ikke sertifiserte bedriftene. Det er fordi bedrifter kan benytte seg av logo så snart de har meldt seg inn i Green Globe eller søkt om sertifisering, den karakteristiske "haken" får de først når sertifisering er godkjent, men dette er ikke alltid klart for forbruker. Det skaper lett forvirring og en utvanning av hele systemet (Synergy 2000).

EcoGuide Australia Certification Programme:

I tillegg til en treleddet sertifiseringsmodell har Australia et annet initiativ som det kan være verdt å merke seg, nemlig et eget program for sertifisering av guider. Dette bygger videre på grunnprinsippene bak sertifiseringsprogrammet, og fra juni 2003 ble det åpnet for sertifisering av guider (<http://www.ecotourism.org.au/EcoCertification3.pdf>). I likhet med sertifiseringsprogrammet er dette utviklet av ulike interesser innen økoturismesektoren, i samarbeid med representanter fra verneområder, opplæringsinstitusjoner, guideforeninger og selve sertifiseringsprogrammet. En egen komité vurderer guidene, alle søkere må ha minimum 12 måneders arbeidserfaring eller tre måneders arbeidserfaring i tillegg til relevant utdanning. Komitemedlemmene velges fra interesseorganisasjonen Ecotourism Australia. Det må betales for et søknadsskjema, og i likhet med den øvrige sertifiseringen legges det opp til en innledende egenevaluering.

Guideutdanning i Costa Rica:

Det bør nevnes at også i Costa Rica har man lagt opp til en større kvalitetssikring av guider gjennom utdanning av tre kategorier lisensguider: generelle turguider, spesialiserte turguider med fokus på biodiversitet, og lokale guider. En av partnerne i CST, INBIO, arrangerer kurs for guider som søker lisens, det samme gjør Costa Rica Tourism Board. Lisens har en varighet på 3 år og utstedes av turistinstituttet ICT i Costa Rica. Det er stor etterspørsel etter guider med lisens og etterspørselen er nå større enn tilbudet. Noe av kurskostnadene dekkes av offentlige midler, for å sikre at Costa Ricas egne innbyggere har mulighet til å delta, og for å støtte opp om en bedret kvalitet på landets guidetjenester (Vargas, pers. meddelelse 2005)

4.6 Norske initiativ til sertifisering

Til tross for at flere av våre naboland har utviklet sertifiseringsprogram for deler av reiselivet har vi så langt ikke noe tilsvarende i Norge, særegent for reiselivsnæringen. Reiselivsbransjen har som nevnt tidligere tatt i bruk generelle miljøstyringssystemer, slik som ISO 14001 og EMAS. I tillegg har flere bedrifter sertifisert seg som "Miljøfyrtårn". Miljøfyrtårn er en sertifiseringsordning for bruk på virksomhetsnivå, utviklet for små og mellomstore bedrifter. Alt fra barnehager til reiselivsbedrifter kan sertifisere seg og det er utviklet spesifikke krav til den enkelte bransje. For eksempel ble Larvik og omegn turistforening sommeren 2005 sertifisert som miljøfyrtårn, under kategorien "tilrettelegger for friluftsliv". Innenfor reiselivet har hoteller, restauranter, rorbuer og campingplasser fått sine spesifikke krav. Reiselivsbedriftenes landsforening oppfordrer sine medlemmer til å bli sertifiserte Miljøfyrtårn, og i juli 2005 var blant annet 52 hoteller sertifiserte, i tillegg til 24 restauranter og kafeer (Knutson 2005). Likevel opplever bransjen at interessen for miljømerking eller miljøtiltak ikke er overveldende, selv om det blant mindre aktører ser ut til å rå en forståelse av at miljømerking kan fungere som et kvalitetsstempel (Bård Fiksdal, NHO reiseliv, personlig meddelelse, 2005).

Som nevnt innledningsvis i denne rapporten kan det se ut som om veien også i Norge går i retning av en godkjenningssystem for småskala reiseliv. I 2005 fikk stiftelsen Grønt i Praksis (GRIP) støtte fra Miljøverndepartementet og Nærings- og Handelsdepartementet til å gjennomføre et treårig prosjekt på økoturisme i Norge. Innovasjon Norge og WWF er prosjektpartnere. Et av prosjektmålene er blant annet å "utvikle økoturisme som konsept, nettverk og marked for norske naturbaserte reiselivsbedrifter", og prosjektet omfatter også "en godkjenningssystem for økoturismebedrifter (sertifisering)" (tekst hentet fra GRIPS hjemmesider november 2005). Prosjektdeltakerne ser for seg at en godkjenningssystem vil kunne bli et krav til bedrifter som i dag opererer i verneområder og en frivillig ordning for de bedrifter som har sin virksomhet i om-

råder utenfor denne type områder (www.grip.no/reiseliv). Utgangspunktet for prosjektet er i følge GRIPS nettsider "signaler fra aktører innen reiselivsnæringen i Norge om et behov for å konkretisere økoturisme for norsk reiseliv." Foreløpig er dette prosjektet helt i startfasen og har så langt ikke involvert andre sentrale og berørte aktører som grunneierorganisasjonene eller NHO reiseliv. Prosjektet er derfor så langt blitt møtt med en viss skepsis blant flere av næringsorganisasjonene, noe som blant annet reflekteres i et skriv fra Norges Skogeierforbund og Norges Bondelag (Knutsen 2005). En annen merkelapp som nylig ble lansert er "geoturisme". Norge ved Innovasjon Norge har forpliktet seg til å satse på geoturisme, som National Geographic definerer som "turisme som ivaretar, forsterker og fremhever et steds lokale egenart - miljø, kultur, estetikk, kulturarv - og som kommer lokalsamfunnet til gode". (http://www.innovanor.no/templates/Page_Meta_57886.aspx).

GRIP som har jobbet med miljøtiltak i reiselivsnæringen i en årrekke har også jobbet med å prøve ut det amerikanske "Trø Varsomt" konseptet (Leave no Trace/outdoor living workshop) og har så langt arrangert ett kurs for aktører innen reiselivsnæringa. Kurset har inkludert både teori og praksis, og har mottatt offentlig finansiering. Modellen krever imidlertid en rekke tilpasninger dersom den skal kunne overføres til norske forhold fordi den ikke er i samsvar med norske naturbrukstradisjoner (Lone Lamark, pers. meddelelse, 2006).

GRIP ser også på muligheten for en annen type godkjenningsordning. Stiftelsen har gjennomført et forprosjekt om behov og muligheter i forhold til en nasjonal godkjenning av norske natur- og kulturguider. Når det gjelder kvalitetssikring av guider er det allerede tatt en rekke initiativ i Norge, noen av bransjen selv, andre av utdanningsinstitusjoner og andre miljøaktører som for eksempel nasjonalparksentrene. Forsøkene har stor geografisk og tematisk spredning og listen under er langt fra utfyllende:

- ✓ Høyskolen i Hedmark: har gjennomført årskurs på natur – og kunnskapsbasert turisme, kursene er tenkt som en form for videreutdanning og arrangeres på ulike steder i landet.
- ✓ Høyskolen i Finnmark ser på mulighetene for å innarbeide elementær guideutdanning i basisstudiet på reiseliv
- ✓ Skogeierforbundet har i samarbeid med Skogbrukets kursinstitutt utarbeidet veiledere for jakt- og fiskeguiding
- ✓ Utdanning av "tindeveiledere" - NORTIND utdanner sammen med Norges Idrettshøgskole profesjonelle høyfjellsførere/tindevogledere. Godkjenningen gir formell kompetanse til å jobbe med fjellføring og kurs i hele verden, samt mulighet for 90 studiepoeng.
- ✓ Inasjonalparker: har tatt initiativ til å utvikle en egen guideopplæring for guider i nasjonalparkene
- ✓ Guide- og turlederopplæringen på Svalbard (GTO), en modulbasert opplæring for guider, turledere og frontpersonale på Svalbard. Alle som har gjennomført nødvendige kurs kan søke autorisering som Svalbardguider innen tre ulike klasser. Kurs gjennomføres av Svalbard reiseliv AS
- ✓ En rekke norske folkehøyskoler gjennomfører også kurs rettet mot friluftsliv, guiding og reiseliv.

Når det gjelder natur og naturguiding finnes det altså en rekke ulike initiativ her til lands. I forhold til å etablere en eventuell nasjonal godkjenningsordning for guider i Norge blir en sentral utfordring å finne en løsning som favner om de allerede godt etablerte ordningene, uten at det blir for dyrt og omfattende slik at for mange blir stående utenfor.

Vender vi blikket vekk fra et rent naturfokus innen reiselivet ser vi at det kulturbaserte reiselivet har klart å etablere et sertifiseringssystem. Stiftelsen Norsk Kulturarv har etablert et kvalitetsmerke knyttet til bruk og ivaretagelse av kulturminner i reiselivsprodukter. De merkede produktene hedres med den såkalte Olavsrosa. For å bli merket med Olavsrosa stilles strenge krav til produktkvalitet og vedlikehold av denne. Så langt er over 90 kulturarvprodukter i Norge tildelt

Olavsrosa. Listen inkluderer et bredt spekter av arrangement og produkter, alt fra fyr og fiskevær til håndverkstradisjon og kulturarrangement.

4.7 Hvordan sertifiseringsordningene adresserer forholdet til verneområder

Med utgangspunkt i hovedtematikken for prosjektet som denne rapporten er en del av (næringsutvikling i og rundt verneområder – muligheter og hindringer) og en økende oppfordring til å ta verneområdene i bruk for reiselivsformål, er et sentralt punkt for eventuell sertifisering eller godkjenningsordninger for reiselivet hvordan de forholder seg til verneområder. Eller sagt på en annen måte; er sertifisering et hensiktsmessig virkemiddel for å begrense og kontrollere uønskede miljøeffekter av reiseliv i verneområder?

Som vi har sett har programmene en relativt bred basis og skal i utgangspunktet sikre høy kvalitet og bevissthet i tilknytning til økonomiske og sosiale forhold, i tillegg til de miljømessige i en sammensatt og kompleks næring. I forhold til de siste er det også viktig å være klar over at mange av programmene fokuserer mer på tiltak som reduserte utslipp, forurensning, og energiforbruk og mindre på fysisk miljø. Slike økologiske aspekter som vil være spesielt viktige i forhold til reiselivsmessig bruk av verneområder hvor det for eksempel vil være viktig å redusere slitasje eller negative effekter på sårbare arter. Her ser vi nærmere på hvorvidt våre tre eksempler adresserer nettopp disse aspektene, og eventuell hvordan dette gjøres.

CST

Den costaricanske modellen har som del av sine fire hovedkriterier et punkt som går på fysisk miljø, her refereres det til "naturlige områder" og "vern av flora og fauna". CST retter seg imidlertid som nevnt mot overnattingsdelen av reiselivet, noe som gjør at aktivitet i verneområder ikke blir hovedfokus. Med tanke på hotellenes ulike geografiske plassering (fra landets hovedstad til mer avsidesliggende områder og nærhet til verneområder) vil en kunne tenke seg at det ville være hensiktsmessig å rette større fokus på mer differensierte kriterier sett i lys av hotellenes fysiske lokalisering. Det finnes et høyt antall private reservater i Costa Rica, ofte i tilknytning til hoteller, og i følge Beatrice Blake som har jobbet med en annen costaricansk merkeordning (New Key) er det en fundamental svakhet ved CST at verneområde-dimensjonen oversees (www.Planeta.com/planeta/01/0104costa.html). Bedrifter som har tatt ansvar for etablering av private verneområder får med andre ord ingen form for belønning gjennom den costaricanske sertifiseringsordningen (www.Planeta.com/planeta/01/0104costa.html). Blake retter også kritikk mot CSTs manglende krav til mer spesifikke fysiske miljøtiltak, som for eksempel forebygging av stislitasje og erosjon.

NB

Spørsmålet om godkjenningsordninger og verneområder synes å være langt mer aktuell for Naturens Bäste fordi denne godkjenningsordningen vektlegger aktivitet/produkt som kan finne sted i og rundt verneområder. Men de seks grunnkriteriene omhandler ikke spesielt verneområder i den forstand at det stilles noen direkte krav til aktiviteter som finner sted i disse områdene. Imidlertid vektlegges aktive bidrag til natur- og kulturvern i punkt fire, gjennom å gi direkte eller indirekte økonomisk støtte til naturvern og bevaring av kulturverdier i ulike former. Slik støtte kan gis gjennom medlemskap i en naturvernorganisasjon og gjennom at arrangør gir økonomisk støtte til lokale foreninger som jobber med dette. For øvrig vektlegges arrangørens informasjonsansvar i forhold til besøkende når det gjelder sårbar natur/kulturelementer, det oppfordres til varsom ferdsel i naturen, sonering er et prinsipp som støttes og det uttrykkes ønske om å begrense bruk av motoriserte fremkomstmidler der dette er mulig. Samlet sett har altså ikke NB noen spesifikk strategi for turisme i og ved verneområder.

ETA

Det australske sertifiseringsprogrammet har til forskjell fra de to andre flere spesifikke punkter som omhandler aktivitet i verneområder. Dette gjelder særlig spørsmål om lokalisering av akti-

viteter. Et kjernekrterium er at aktiviteter i verneområder foregår på steder som regnes som spesielt egnede i forhold til områdets forvaltningsplan. Videre pekes det på viktigheten av å ta i bruk områder som tidligere har vært utsatt for forstyrrelse, fremfor å legge aktivitet til nye, helt uberørte områder. Aktiviteter bør også foregå langt unna områder med høy bevaringsverdi og produktene må alltid imøtekomme verneområdets krav til aktivitet og virksomhet. Alle disse punktene er kjernekrterier, dvs. at de gjelder for alle aktiviteter som sertifiseres. Blant tilleggskravene (som dermed bare stilles til avansert økoturisme) er flere som rettes mot for eksempel minste flyhøyde over verneområder, samt krav til guider som opererer i verneområder.

Selve sertifiseringsmodellen anses å være et viktig verktøy for forvaltere av verneområder i den forstand at man har klare kriterier for hva som regnes som økoturisme og en troverdig standard. Koblingen mellom sertifisering og verneområder er for øvrig til stede i den australske modellen i form av at en av søkerens to referanser må representere en forvalter av verneområder eller et statlig verneorgan (government nature conservation agency).

I forhold til turisme i verneområder er det altså det australske programmet som har mest erfaringer og substans i forhold til turisme i verneområder.

5 Hvordan sertifiseringsprogrammer blir et godt verktøy for å redusere miljøeffekter av reiseliv

Sertifiseringsprogrammer, enten de er utarbeidet for skogprodukter, kaffe, matproduksjon eller for reiseliv, kan sies å ha et felles mål i den forstand at de har vært utviklet med tanke på å redusere eller unngå negative miljøeffekter knyttet til drift og produksjon.

Selv om turismeindustrien har vært fremhevet som en viktig potensiell bidragsyter til naturressursforvaltning, holdningsskaping og til finansiering av vern, er det liten tvil om at reiselivsvirksomhet har en rekke negative miljøeffekter knyttet til seg. En uregulert turistindustri kan lett ødelegge den ressursbasen som er næringens basis og hovedinntektskilde (Newsome et al. 2002). Manglende miljøhensyn vil kunne redusere et områdes turistverdi i den forstand at tilreisende ikke lenger finner det like attraktivt som tidligere. Blant de negative miljøeffektene som ofte forbindes med turisme finner vi forsøpling, overbelastning, forurensing og ukontrollert utbygging. For stor og ukontrollert utbygging kan også bidra til å øke konfliktnivået i et område, ikke bare mellom lokale og tilreisende, men også mellom turister med ulike interesser. Det dreier seg med andre ord i stor grad om ulike typer bærekraft, ikke bare den økologiske bærekraften, men også sosial bærekraft – hvor mange turister og fysiske endringer kan en lokalbefolkning akseptere, eller hvor mange andre turister kan en besøkende treffe i løpet av sitt opphold uten at opplevelseskvaliteten forringes?

Sertifiseringsprogrammer for reiselivet er en måte å regulere bransjens drift og utvikling på, i tillegg til for eksempel offentlige lover og regler. Et sentralt spørsmål er imidlertid om de kriteriene eller kravene som programmene baserer seg på er spesifikke og klare i den forstand at de er enkle å forstå og iverksette i praksis.

Adresserer de viktige utfordringer? Fører de til en forbedring? Lar de seg lett etterprøve? Eller er de diffuse og gir rom for mange individuelle fortolkninger slik at miljøgevinsten også blir uklar og varierende, i mange tilfeller kanskje den samme som uten ordningen? Med andre ord, gir sertifiseringsprogrammene konkrete miljømessige, sosiale og økonomiske gevinster, eller fungerer de i større grad som markedsføringsverktøy overfor visse markedssegmenter som har som mål å gi et skinn av bærekraft?

Det faktum at reiselivet dekker et bredt spekter av aktiviteter gjør det vanskelig å generalisere om de ulike effektene. Det finnes mange måter å kategorisere mulige miljøeffekter av reiseliv. En ofte brukt tredeling er et skille mellom miljøvirkninger knyttet til transport/reise, overnatting/fysiske installasjoner og rekreasjons- og turismeaktiviteter. Disse kan så vurderes opp mot areal- og ressursbruk, etablering og vedlikehold av infrastruktur, utslipp og forstyrrelser (van der Duim & Caalders 2002). For denne diskusjonen fokuserer vi først og fremst på fysiske installasjoner og på forskjellige aktivitetsprodukter innen småskala naturbasert reiseliv. Når det gjelder transport og reise vil nok mange kunne si seg enige i at lange flyreiser til såkalte økodesinasjoner ikke nødvendigvis er særlig bærekraftig eller har færre negative effekter enn andre typer rekreasjonsreiser. Forurensninger og utslipp av klimagasser fra det stadig økende transportomfanget innen reiselivet er vel kanskje det største globale miljødilemmaet innen reiselivet, men som er løst fra målet for turen – destinasjonsbesøket, aktiviteten og opplevelsen.

Før vi ser nærmere på kriteriene som noen av de etablerte programmene stiller til sine produkter og bedrifter er det naturlig å vende blikket mot de viktigste kategoriene negative effekter av reiseliv. Vi kjenner en rekke lokale/stedlige økologiske effekter av turisme, samt viktige sosiale og kulturelle virkninger. En mer utfyllende oversikt finnes blant annet i Aas et al. (2003) og Newsome et al. (2002). De ulike effektene vil skape både sosiale og økologiske konsekvenser. For alle disse effektene er det viktig å være oppmerksom på at den spesifikke miljøtype og turismeaktivitet, grad av infrastrukturbygging og tidspunkt for aktivitet vil være avgjørende for omfang (Mason 2003). Et urørt høyfjells- eller regnskogsmiljø vil for eksempel ofte være langt

mer sårbart for turisme enn for eksempel et mer urbant område eller et jordbrukslandskap i aktiv bruk. Et dilemma for reiselivet generelt og den naturbaserte mer spesielt er imidlertid at turister ofte er tiltrukket av spesielt sensitive områder – det er der attraksjonene naturlig nok ofte er.

Effektene av reiselivsaktiviteter er altså mange og sammensatte. Langsiktig planlegging, gode styringsredskap og bruk av kunnskap om de aktuelle ressursene og det aktuelle lokalmiljø er sentrale element for en bærekraftig ressursutnyttelse så vel som en bærekraftig turistindustri. Overvåkning av ressursbruk og ressursituasjon i nasjonalparker så vel som i andre viktige naturområder er mangelvare i Norge i dag, noe som gjør at omfanget av data på miljøeffekter av turisme er begrenset.

Vi har en rekke tydelige eksempler på sti- og vegetasjonsslitasje som følge av stor ferdsel og mangel på avbøtende tiltak, nær sagt i de fleste nasjonalparkene med et visst bruksomfang. Også problematikk knyttet til forstyrrelse av dyreliv har vært fokusert, knyttet til flere arter og flere områder, men mest omtalt har vært forholdet til villrein, særlig i Rondane og på Hardangervidda (se også NINA rapport 143 fra dette prosjektet; Hagen et al. 2006).

En viktig lærdom i forhold til spørsmål om ferdsel og slitasje er at den sterkeste slitasjen finnes ved relativ lav brukerintensivitet, men flater ut ved økt intensivitet (Hammit and Cole 1998). Også i forhold til forstyrrelse av vilt er det mye som tyder på at å samle aktivitet er bedre enn å spre aktivitet, når den når over et visst nivå. Følgelig er det vanskelig å si uten forbehold at masseturisme er mest negativt i forhold til miljø, mens småskala turisme er langt mer positivt (Vistad, i Aas et al. 2003). Det som imidlertid er klart er at alle former for aktiviteter som innebærer motorisert ferdsel øker folks aksjonsradius og dermed også mulige miljøeffekter.

Det finnes videre en del eksempler på gjennomførte tiltak i verneområdene der hensikten har vært å forebygge eller restaurere negative effekter av turisme. Eksempler på slike tiltak er klopplegging langs sårbare sti-trasèer, flytting av hytter og omlegging av stier i områder med mye sårbart vilt, søppelaksjoner, vegetasjonsetablering og fjerning av tekniske installasjoner. Delrapport fire i dette prosjektet vil gå nærmere inn på slike eksempler fra flere av de større nasjonalparkene våre. På generelt grunnlag kan det sies at de fleste av disse tiltakene er små og lokale, og de ikke ser ut til å følge noen overordnet, langsiktig plan. Det gjennomføres heller ikke noen formell, systematisk evaluering av effektene av de tiltak som iverksettes. Det ser imidlertid ut til at der man har gjennomført tiltak anses disse for stort sett å være vellykkede, selv om bakgrunnen for iverksetting ofte er mer eller mindre tilfeldig. Det er ikke bare kommuner og fylkesmannens miljøvernavdeling som iverksetter tiltak. Organisasjoner som DNT gjennomfører også avbøtende tiltak når slitasje ser ut til å bli stor. Forebyggende tiltak blir oftest ikke iverksatt, men blir iverksatt når skaden blir tydelig nok. Omlegging av sti er imidlertid et effektivt tiltak og i 90 % av tilfellene fungerer fjerning av merker som et godt tiltak.

Innledningsvis i dette delkapitlet stilte vi spørsmål om kriteriene i de ulike sertifiseringsprogrammene klare og konkrete nok til at det får noen konsekvenser i forhold til effektreduksjon. Eller er det slik at produkter og aktører er så forskjellige at det er umulig å utvikle kriterier som treffer alle og som blir effektive i drift? En gjennomgang av EcoCertification Australia og Naturs Bestes sine kriteriedokumenter, begge tilgjengelige på Internet, viser at kriteriene er mange og detaljnivået stort og innfløkt.

ETA

Vi har foran vært inne på at ETA ordningen av de tre vi bruker som case, nok er den som mest spesifikt tar opp arealbruksproblematikk, og typiske utfordringer knyttet til bruk av verneområder og annen utmark i reiselivssammenheng. Men allikevel fremstår flere av kriteriene som relativt uforpliktende, fordi de er baserte på egenvurdering og fordi det ikke gis noen konkrete mål på hvilken type miljøtilstand som vurderes som "god" eller "dårlig". Med andre ord baserer mange av spørsmålene seg på det som må kalles relativt subjektive eller skjønnsmessige oppfatninger av egen drift. Dette fremstår som en svakhet, en svakhet som forsterkes av det fak-

tum at det ikke alltid blir gjennomført bedriftsbesøk når en av saksbehandlerne hos EcoTourism Australia skal vurdere søknaden. Det er bare dersom den oppfattes som mangelfull at dette gjennomføres. Med andre ord har egenoppfatningen stor betydning i søknadsprosessen og for dets utfall. Først når en senere tredjepartsevaluering etter hvert finner sted (programmet har som mål at alle sertifiserte produkter skal gjennomgå en ekstern revisjon) vil eventuelle feil, mangler og forskjeller mellom egenoppfatning og områdebruk kunne oppdages. På denne måten blir kriteriene ikke absolutte.

Det finnes likevel kriterier som er langt mer spesifikke innen den australske ordningen, for eksempel i kravet om av virksomheten skal ha en forretningsplan. Her gis det god informasjon om hvilken type informasjon som er påkrevd og hva slags dokumentasjon som må sendes med søknaden. Et sentralt poeng her er at den informasjonen som etterspørres for forretningsplan vil kunne sies å være en naturlig del av den informasjon en virksomhet generelt vil og må ha. Derimot er det ofte dårligere med miljøkunnskap, dette ligger ofte utenfor reiselivsbedriftenes kompetanseområde.

Naturens Bäste:

Naturens Bäste har en mer konkret tilnærming enn sitt australske forbilde i den forstand at det etterspørres en skriftlig miljøplan som konkret skal vise til hvilke miljøforbedringer som gjøres i hele enheten og når tiltakene må være gjennomført. En miljøplan skal kunne være tilgjengelig for alle interesserte, noe som gir systemet økt grad av troverdighet. I tillegg må arrangøren av ulike produkter og aktiviteter ha en egen miljøansvarlig som skal ha ansvar for jevnlig miljørevisjon av produkt/bedrift. Selv om kravet om miljøplan er konkret nok, ligger det en utfordring både i forhold til hva en slik plan faktisk skal inkludere og hvor en eventuell miljøansvarlig legger ambisjonene.

Ser vi på grunnkravene som stilles i Naturens Beste i forhold til mål om minst mulig slitasje på natur og kultur (beskrevet foran), kan disse karakteriseres som en blanding av relativt konkrete krav som kan besvares med ja/nei og mer diffuse/subjektive krav. Flere av de sistnevnte er basert på grad av selvforståelse, mens de øvrige krever handling slik som utarbeiding av miljøplan og en dokumentasjon.

Punkt fire i NBs grunnkriterier er et eksempel på konkrete tiltak, men hvor nytteverdien likevel kan diskuteres. Prinsippet dreier seg om å "bidra aktivt til natur- og kulturbeskyttelse". Her er det lite som tilsier at natur- og kulturbeskyttelsen skjer i de områder hvor ferdsel og områdebruk faktisk finner sted. Derimot stilles det krav om at støtte skal ytes til en naturvernorganisasjon og deres arbeid, gjerne lokalt. Arrangør må selv være medlem av en naturvernorganisasjon og skal være i stand til å gi interesserte turister tips og råd om hvor de kan søke informasjon, råd og selv bli medlemmer. Generelt sett vil altså naturvernorganisasjoner ha fordeler av at bedriften eller produktet blir sertifisert, men det er ingen klar prioritering av tiltak knyttet til lokale ressurser eller faktiske forhold som kan oppstå som følge av virksomheten. Det er for eksempel ikke utarbeidet noen kriterier under dette punktet som tar fokuserer på forebyggende tiltak i forhold til tap av artsmangfold, forstyrrelse av dyreliv, slitasje, fragmenterte habitater eller tilsvarende. Da får dette lett en smak av avlat.

I likhet med EcoCertification Australia foretar søkere til Naturens Bäste en innledende egen-vurdering ut i fra en lang rekke av kriterier. Forskjellen er imidlertid den at dersom den innledende søknaden ser ut til å være komplett, blir bedriften som søker om kvalitetsmerking av NB gjenstand for et bedriftsbesøk. Da er sjansene også større for at eventuelle uregelmessigheter eller en urealistisk selvforståelse av egen drift vil bli oppdaget. Det gjør på mange måter at systemet fremstår som mer troverdig enn den australske modellen. På den annen side har Australias program ulike sertifiseringsnivåer, noe som gjør at søkerne muligens har lettere for å finne sitt nivå og ståsted. Begge program gjør bruk av eksterne referansepersoner med relevant bakgrunn, noe som kan bidra til å sikre kvaliteten på søker.

Som tidligere påpekt er ikke dette en komplett gjennomgang av verken miljøeffekter av reiselivet eller alle de kriteriene som finnes for sertifiseringsprogrammer. Derfor er det vanskelig å gi et entydig svar på spørsmålet som ble stilt innledningsvis – hvorvidt sertifiseringsprogrammene er et godt verktøy for å redusere noen av de mest åpenbare miljøeffektene av reiseliv. Med fare for å foregripe en avsluttende diskusjon ser det ut som om sertifiseringsprogrammene først og fremst bidrar til en bevisstgjøring hos arrangør med hensyn til eventuelle konsekvenser av dennes virksomhet. En mangel på entydige, målbare kriterier gjør at ikke alle områder blir like godt i varetatt eller sikret. Kombinert med varierende evalueringsmetoder bidrar det til at ikke alle aspekter av driften ikke nødvendigvis fremstår som like bærekraftige. Når det er sagt, vil vi si oss uenige med kritikere av sertifiseringsprogram som mener at mange bedrifter søker sertifisering ut i fra et ønske om færre kontroller og å kunne omgi seg med en grunnløs aura av bærekraftig drift. Arbeidet med å gjennomgå et kriteriedokument, innsamling av nødvendig dokumentasjon og oppfylning av enkelte av de mer detaljerte og målbare kriteriene er såpass omfattende at det er vanskelig å skulle tro at noen vil gå inn på en slik ordning uten å ha et reelt ønske om å drive mer bærekraftig.

I forhold til mer overordnede konsekvenser av reiseliv, slik som for eksempel tap og fragmentering av habitat, overutbygging, ulike former for alvorlig forurensing og omfattende bruk av motorisert ferdsel, finner vi det mer naturlig at reguleringsansvar ligger et annet sted enn i frivillige sertifiseringsprogrammer. Ved etablering av nye bedrifter eller nye aktiviteter i områder som oppfattes som sårbare og som har viktige naturtyper og ressurser, bør et ansvar for regulering ligge hos offentlig sektor. I Norge har vi flere lovverk som skal brukes i slike tilfeller, først og fremst plan- og bygningsloven. Ved større inngrep og utbygginger skal det også gjennomføres konsekvensanalyser og det legges også klare føringer for vann- og avfallsforvaltning. Vel så viktig som å stille spørsmålet om sertifiseringsprogrammer bidrar til å redusere miljøeffekter blir det derfor å spørre hvor mye av bransjens regulering som bør ligge i frivillige ordninger og hvor mye som bør inngå som et generelt offentlig ansvar og en offentlig regulering. Det spørsmålet blir med oss videre inn i en avsluttende diskusjon om sertifiseringsprogrammer og deres funksjon.

6 Diskusjon

Miljøsertifiseringsordninger eller kvalitetsmerkinger er ett av en rekke virkemidler som kan bidra til en mer miljøvennlig reiselivsnæring, generelt så vel som i spesielt sårbare områder. Slike ordninger kan erstatte eller supplere virkemidler som er forankret i lover og regler, i økonomiske støtteordninger, i konsesjonsordninger osv. I motsetning til de fleste offentlige miljøtiltak overfor denne bransjen har sertifiserings- og merkingsordningene den fordel at de også inneholder ett viktig element av kommunikasjon med markedet, eller deler av markedet. Formålet med denne rapporten er å belyse hvilke miljøeffekter slike ordninger kan gi, gjennom å studere erfaringer i andre land. Kan slike ordninger bidra til å sikre en form for turisme som for eksempel i større grad kan aksepteres i eller rundt verneområder? Eller er ordningene i større grad en gimmic rent miljømessig men som i første rekke kan ha markedsmessige gevinster overfor en stadig mer kvalitetsbevisst forbruker?

Gjennomgangen foran viser at det finnes et sterkt økende antall sertifiseringsprogrammer og kvalitetsmerkingsordninger for reiselivsbransjen. Det dreier seg både om nasjonale, regionale og lokale merker og programmer. Spørsmålet om sertifisering eller kvalitetsmerking blir i økende grad tatt opp av reiselivsbransjen selv, naturvernorganisasjoner, forbrukerorganisasjoner og internasjonale organer som UNEP (FNs miljøprogram) og UN WTO (Verdens turismeorganisasjon), en paraplyorganisasjon under FN. I Norge har også debatten og diskusjonene rundt merkeordninger av reiselivet skutt fart. Det har blitt spesielt tydelig det siste året. Flere initiativ til nye merkeordninger eller "merkelapper" for reiseliv er fremmet. Enkelte utenlandske ordninger er også aktive mot norske reiselivsbedrifter og reiselivsorganisasjoner.

Samlet sett kan de internasjonale erfaringer og mengden av merkeordninger sammen med fremveksten av en rekke norske initiativ til kvalitetsmerking eller sertifisering gi inntrykk av at vi står overfor en stadig voksende trend innen reiselivet. Det er flere spørsmål som melder seg i den sammenheng;

- Hvorfor har kvalitetsmerking eller sertifisering vunnet såpass terreng de siste årene og hva kan eventuelle merkeordninger bidra med på sikt?
- Hva slags effekter har slike sertifikater/godkjenningsordninger, er de først og fremst viktig for markedsføring eller har de også klar betydning i forhold til en miljøtilpasning av virksomheten?
- Hvor stor er etterspørselen i markedet hos både produsenter og aktører innenfor reiselivsbransjen og hvilken vilje er det hos offentlige aktører å tilrettelegge for denne type kvalitetssikring?
- Og ikke minst, hva bør vektlegges i utvikling av denne type ordninger i Norge dersom de skal ha best mulig effekt og overlevelsessevne i forhold til sin intensjoner?

For alle utviklingsprosesser er det viktig å ikke finne opp hjulet på nytt (Honey 2002). Det finnes mange eksempler å skjele til internasjonalt dersom en skal jobbe videre med dette i Norge. Dersom Norge skal forsøke å etablere en type merkeordning for reiselivet, så er det, uavhengig av om man velger å kalle det sertifisering, kvalitetsmerking eller såkalte godkjenningsordninger, viktig å høste av de erfaringene som er gjort med programmer andre steder – som for eksempel i Sverige, Australia eller Costa Rica. Også andre bransjeprogrammer, for eksempel for tømmer og kaffe kan gi viktige innspill til gode ordninger for reiselivsbransjen, eller deler av denne.

Når vi ser på de internasjonale erfaringene og trendene er det åpenbart at det er viktig å ikke introdusere for mange ulike ordninger, begreper eller konsepter i markedet, fordi dette vil kunne være en kilde til forvirring i stedet for gjenkjennelse. Dermed vil effekten i kommunisjonen med markedet lett forsvinne.

6.1 Årsaker til veksten i sertifiseringsprogrammer

Det økende antall sertifiseringsprogrammer for reiselivet kan tolkes på flere måter. Tilhengerne av frivillige miljøprogrammer fremhever hvordan denne type program har flere fordeler for bedrifter og arrangører. Det fremmer nyvinning og nytenkning innen bransjen og gir rom for fleksibilitet, for eksempel i forhold til hvilken grad av måloppnåelse bedriften velger å søke (Rivera 2002). En motivasjon kan være å skaffe seg en grønnere profil og dermed eventuelt også kunne oppnå prismessig gevinst i markedet og en større eller mer målrettet markedsandel. Særlig for mindre bedrifter vil sertifisering eller såkalt kvalitetsmerking kunne ha en viktig markedsføringsverdi, fordi dette kan gi mulighet for et salgs- og markedsarbeid som kan nå langt flere enn det bedriften ellers ville kunne klart. Iverksetting av miljøtiltak kan også ha positive økonomiske effekter i den forstand at de er kostnadsbesparende for den generelle driften. Energisparende tiltak er et eksempel på dette (Honey & Stewart 2002; WTO 2004; Tepelus & Cordoba 2005). En tredje viktig grunn til å gå inn på slike ordninger er dersom de kan erstatte strengere, mer næringshindrende reguleringer fra myndighetenes side.

De økonomiske argumentene synes å fremstå som relativt tydelige og målbare. Derimot er det langt vanskeligere å måle effektene av økt bevissthet og tiltak knyttet til sosiale og kulturelle aspekter av reiselivet, noe som for eksempel inngår som del av sertifiseringen av såkalt økoturisme (eks Australia) eller av bærekraftig turisme (Costa Rica). Det fører til at denne type tiltak både er vanskeligere å innarbeide og å skulle vurdere. Den måten flere av disse programmene er organiserte på, med stor grad av egevaluering av kriterieoppfyllelse, kan utvanne innhold og svekke økologiske og sosiale gevinster av slike ordninger. For øvrig er det interessant å merke seg at enkelte forskere mener at i nettopp økt vektlegging av sosio-kulturelle verdier innen reiselivet ligger det et stort potensial for vekst fordi forbrukerne gradvis ser ut til å bli mer opptatte av og etterspørre disse aspektene (Tepelus & Cordoba 2005).

6.2 Kritikken mot sertifiseringsordninger innen reiseliv

Sertifiserings- og ulike type miljømerkeordninger ser ut til å bre om seg, og i takt med det opplever vi også en økende faglig og politisk diskusjon omkring nytten eller troverdigheten til mange av disse merkene og programmene. Noe av kritikken kan selvsagt skyldes at ulike parter i debatten har ulike mål og forventninger til disse ordningene. Men mye av kritikken er knyttet til argumenter om såkalt grønnvasking av produkter – at ordningene gir seg ut for å være mer miljøvennlige enn det de faktisk er. Det er ikke en kritikk som er spesifikk for reiselivsbransjens merkeordninger. I den senere tiden har vi her hjemme sett at flere ulike vareprodusenter har måttet slutte å markedsføre enkelte av sine produkter som "miljøvennlige" (forbrukerportalen.no). Eksempler er knyttet til sko, malingstyper etc. Forbrukerombudet har stilt seg skeptisk til selskapenes bruk av egne, private miljømerker, fordi det skaper usikkerhet hos forbruker om merkets innhold og miljøkvalitet. Det stilles med andre ord spørsmål ved noen av merkene troverdighet.

For reiselivsbransjens merkeordninger svekkes troverdigheten særlig når det er snakk om ordninger som ikke har ekstern revisjon eller såkalt tredjepartsevaluering. Nettopp det faktum at flere initiativ opererer slik at programmets etablerere mottar søknaden, evaluerer og utsteder sertifikater, gir også god grunn til stille spørsmål om roller og troverdighet.

En av hovedutfordringene for å kunne etablere gode og transparente ordninger, ligger her, som i så mange andre bransjer, på kostnadssiden. Ordninger med tredjepartsevalueringer blir mer kostbare enn enklere ordninger. Det er for eksempel argumentet som brukes i Naturens Bäste; en tredjepartsevaluering ville blitt for dyrt, noe som hadde gjort at ordningen hadde blitt lite interessant for de fleste aktørene på markedet (Jonasson, pers med. 2006). Det er et forståelig argument i en bransje med svært mange små og mellomstore aktører.

Hvilke verdier har de ulike ordningene tenkt å formidle eller vektlegge? Også her er Naturens Bäste et interessant eksempel i den forstand at de profilerer seg under tittelen "godkjent

svensk økoturisme". Likevel er det ordningen som et *kvalitetsmerke* som selges, en kundefokusert kvalitetsmerking som skal gi en garanti for at produktet holder en høy standard. Ordet kvalitet er gjennomgående i Naturens Bäste sine presentasjoner av seg selv, noe som begrunnes med at kvalitet har større resonans hos forbruker enn ordet økoturisme. Videre går argumentasjonen på at kvalitet selger og at økoturisme må selge for å fylle sin funksjon – å bidra til økonomisk utvikling (Jonasson, pers med 2006).

Det finnes ulike forståelser av hva som ligger i begrep som økoturisme og hva som er viktige målsettinger for, og verdier ved en merking. Hva merkes det for, og hvorfor? At økoturisme er et omdiskutert begrep som tillegges ulike betydninger er ikke noe nytt (Page & Dowling 2002). Poenget her er at uavhengig av om man bruker økoturisme, bærekraftig turisme eller en annen form for merkelapp så er det en reell fare for at momenter som er knyttet til miljø eller miljøkvalitet nedprioriteres eller utvannes dersom begrepene tillegges for mange ulike forståelser. Utvikling av sertifiserings- eller kvalitetsmerkingsordninger krever derfor en sterk bevissthet om hva det er man ønsker å oppnå gjennom merking – og hvilket navn man i så fall skal sette på en merkeordning. Er merkeordningen hovedsakelig rettet mot høy kvalitet og service, men med mindre fokus på miljøverdier eller eventuelt sosiale verdier, så bør også navn og intensjoner reflektere dette. Hvis ikke svekker eventuelle ordninger også sin troverdighet i forhold til sine hovedintensjoner.

6.3 Økonomiske gevinster i å være best i klassen?

Dersom vi vender tilbake til den generelle kritikken som rettes mot sertifiseringsprogrammer er noen også usikre på om en eventuell sertifisering eller kvalitetsmerking gir tilstrekkelig økonomisk gevinst til at bedrifter og arrangører vil forplikte seg til å fremme og oppfylle miljøkrav utover de obligatoriske (Rivera 2002). Det innebærer med andre ord at en kan risikere å få en rekke sertifiserte eller kvalitetsmerkede produkter eller bedrifter som ikke ser behovet for å gradvis øke sine miljøkrav når de først har oppnådd en form for merking. Med andre ord kan en innledende merking eller sertifisering fungere som en sovepute for bedriften i forhold til eventuelle forbedringer knyttet til miljøvennlig drift. Som vi har sett av eksemplene fra Costa Rica, Sverige og Australia har programmenes tatt høyde for dette på ulikt vis. Australia har for eksempel tre ulike sertifiseringsnivåer (naturbasert turisme, økoturisme og avansert økoturisme). Tanken er at når man først er sertifisert innen en kategori vil incentivet kunne bli sterkere for en videre sertifisering. Også Costa Rica har ulike nivåer på sertifiseringen, fra 1 – 5, hvor kun et fåtall har oppnådd å bli sertifiserte i den høyeste kategorien, som også oppfattes som den mest prestisjefylte. Både i den svenske merkeordningen og i det australske programmet er også bonuskriteriene viktige i arbeidet med å få bedriftene til stadig å jobbe videre for å oppnå en forbedret standard. En viss andel av disse må oppfylles for at produktet skal oppnå sertifisering eller merking. Revisjon av kriteriene er en annen måte å sikre kontinuerlig utvikling på, gjennom jevnlig revisjon skjerpes flere av kravene slik at en til en hver tid har gode, oppdaterte krav som bedriftene må jobbe for å strekke seg etter.

6.4 Nytte versus kostnader

Pris for merking og eventuell økonomisk gevinst som resultat av merking blir sentrale spørsmål i forhold til reiselivsbransjen som ofte både er sesong- og konjunkturavhengig og dermed relativt økonomisk sårbar. Selve prosessen med å sertifisere eller kvalitetsmerke et produkt er ikke gratis og når et produkt først er sertifisert eller godkjent må det betales en årlig avgift for bruk av merke/logo.

Eksemplene vi har vist til i denne rapporten illustrerer viktigheten av statlige støtteordninger under selve etableringsfasen, oftest også i den innledende driftsfasen. En selvfinansierende drift synes å være mest naturlig og bærekraftig på lang sikt. Det som likevel er interessant å merke seg er at statlige subsidier til eventuelle søkere, slik man har praktisert i Costa Rica, ikke nødvendigvis fører til et rush av søkere. I 2004 var bare 5 % av landets hoteller sertifiserte (Newton 2004). Det er vanskelig å si hva årsaken til at omfang er blitt så begrenset når ord-

ningen er subsidiert. Men det er tenkelig at næringen selv enda ikke ser noen stor gevinst knyttet til sertifisering. I Sverige har offentlige tilskudd vært viktige i utviklingen av en kvalitetsmergingsordning og nylig ga det svenske næringsdepartementet ytterligere 1,5 millioner SEK til videre utvikling av kvalitetsmergingsordningen Naturens Bäste. (<http://www.ekoturism.org/nyheter/detalj.asp?ID=97>). På sikt er imidlertid tanken også her at ordningen skal bli selvfinansierende, men det er naturligvis avhengig av antall søkere/medlemmer. Den australske ordningen er på sin side selvfinansierende.

De tre merkeordningene vi har sett på har alle basert sine årsavgifter på bedriftens omsetning, og har alle en relativt lav pris på startpakken som må kjøpes for å søke. Den store nytteverdien for særlig små- og mellomstore bedrifter kan sies å særlig ligge i markedsføringsverdien. Gjennom tilknytning til en godkjenningsordning eller sertifisering får produktene en del gratisreklame. Ofte vil avsender av sertifisering eller godkjenningsordning ha en langt bredere kontaktflate og nettverk enn det den enkelte bedrift vil ha, noe som gjør at markedsføringsgevinsten kan bli relativt stor. I forhold til de tre eksemplene vi har brukt her, ser vi blant annet at godkjente/sertifiserte bedrifter markedsføres godt gjennom de ulike programmenes hjemmesider. Eksempelet fra Costa Rica er relativt enestående i denne sammenheng fordi landets turismemini-sterium bruker sertifiseringsordningen i sine egne kampanjer, noe som gir et ekstra stort nedslagsfelt for de sertifiserte bedriftene. I markedsføringsverdien ligger ikke bare et større nettverk eller nedslagsfelt gjennom at programmene tilbyr en ekstra markedsføring. Merking eller sertifisering medfører også en ide om tyngde eller seriøsitet hos aktøren som antas å virke positivt i markedet.

6.5 Interessen for sertifiseringsordninger hos norske reiselivsbedrifter

I forhold til en eventuell sertifisering eller kvalitetsmerking av småskala, naturbasert reiseliv i Norge kan det være interessant å merke seg at den generelle interessen for en slik merkeordning absolutt synes å være tilstede blant mindre, såkalte naturbaserte reiselivsbedrifter. I en spørreundersøkelse rettet mot denne type bedrifter svarte over 44 % av de spurte ja på at de så et behov for sertifisering av sitt produkt (Aas et al, 2006). Samtidig synes betalingsviljen å være relativt lav. Det betyr at en eventuell merkeordning i Norge også kan se ut til å behøve offentlig støtte, kanskje både i en etableringsfase og i en innledende driftsfase. Kostnadene ved flere av de mer veletablerte sertifiseringsordningene, i tillegg til at de er relativt byråkratiske, ser også ut til å være blant hovedgrunnene til at Skogeierforbundet og Bondelaget i et skriv fra 2005 stiller seg relativt kritisk til sertifisering av småskala reiseliv (Knudsen, 2005). Derimot er Skogeierforbundet nå positiv til regjeringens nye initiativ til å utvikle en egen sertifiseringsordning for reiselivet dersom det skjer i samarbeid med bransjen og ordningen blir rimelig og enkel å administrere (www.skog.no). Her er vi inne på et sentralt poeng, det at det er viktig at initiativ til å utvikle eventuelle merkeordninger skjer i samarbeid med bransjen selv. I Norge, hvor rammebetingelsene for primærnæringen etter hvert krever at grunneiere søker å finne alternative inntjeningskilder på utmarka, er grunneiere og grunneierorganisasjonene etter hvert blitt sentrale aktører i reiselivsbransjen og må inkluderes i et slikt arbeid.

Erfaringene fra andre land viser at de fleste ordninger har vært utviklet gjennom et bredt samarbeid som har involvert reiselivsbransjen, andre private interesser, offentlige aktører og kunnskapsmiljøer. De innledende initiativene i Norge så langt synes ikke å ha hatt bredt nok fundament.

Brede, deltakende prosesser vil også kunne bidra til å gi eventuelle sertifiserings- eller godkjenningsordning god forankring blant eventuelle brukere. Nettopp det siste bør alle norske initiativ til å utvikle sertifiseringsordninger bite seg merke i. Det kan synes som om noe av den kritikken som har vært rettes mot de ulike initiativ bunner i nettopp mangelen på deltakelse fra de aktuelle aktørene i selve utviklings- og etableringsfasen, ikke kritikk mot en ordning som sådan.

6.6 Konkurransen mellom ordninger

En annen viktig utfordring som programmene står overfor er knyttet til antall ordninger. Den hurtige og store utbredelsen av sertifiseringsprogrammene bidrar til å skape stor forvirring i markedet. I havet av merker blir det stadig vanskeligere for forbrukeren å huske på hvilke merker som representerer hva. Dermed utvannes også betydningen av merkene, enkeltvis og samlet (Font 2001, 2002; Honey 2002; Synergy 2000). Dette kan innvirke både på etterspørsel, miljøgevinster og en eventuell markedsfordel. Det Vail (2004) refererer til som et "annen-generasjonsproblem" har noe av den samme effekten; det at så mange produkter innen et program sertifiseres, vil kunne gjøre at programmets tyngde blant forbrukerne reduseres. Det bringer oss til nok et sentralt poeng: I en bransje hvor markedet er avgjørende må en også stille spørsmålet om i hvilken grad og hvilke deler av markedet som etterspør de såkalt "grønne" reiselivsproduktene.

Selv om grønt sies å selge (Font & Buckley 2001) og selv om den postmoderne turist ønsker at ikke deres ferie skal virke ødeleggende for naturen, rår det likevel stor usikkerhet rundt "hvor mye" grønt selger. Markedsundersøkelser viser at det er en økende vilje til å betale for mer bærekraftige produkter. Likevel, bærekraft er ikke alltid et avgjørende element i forhold til valg av reisemål. De viktigste faktorene er fortsatt pris, helse og sikkerhet (Synergy 2000). Den siste faktoren har nok ikke mistet sin betydning etter terrorangrep mot store turistmål som Bali, London og Egypt, selv om det viser seg at markedet glemmer slike hendelser relativt fort. Det som er klart er likevel at det er klare forskjeller mellom retorikk og praksis både på forbruker og tilbydersiden, og derfor er det fremdeles ingen klar sammenheng mellom sertifisering og markedsandel eller antall besøkende. Av de programmene vi har sett på i denne rapporten er det kun det australske som kan vise til at de sertifiserte produktene øker sin omsetting ut i fra det faktum at de er sertifiserte (Chester & Crabtree 2002). Markedskunnskap er viktig dersom det skal satses ytterligere på sertifisering eller på spesifikke kvalitetsmerkingsordninger, både i forhold til utvikling og i forhold til motivasjon for deltakelse innad i bransjen.

6.7 Eventuelle merkeordninger og forholdet til verneområder

Som nevnt i introduksjonen ga den såkalte fjellteksten politiske signaler om økt turistmessig bruk av verneområder og kommersiell og ikke kommersiell virksomhet i nasjonalparker ble sidestilt. Gjennom NHDs handlingsplan fra 2005 er også våre nasjonalparker tenkt å skulle være såkalte fyrstårn i utviklingen av reiselivsproduktene i tiden fremover.

De politiske signalene aktualiserer spørsmålet om sertifisering ytterligere, fordi økt næringsvirksomhet innen verneområder vil stille strengere krav til type virksomhet og drift enn utenfor.

Fra de eksemplene vi har gått gjennom i denne rapporten ser vi at praksis i forhold til verneområder er varierende; kun den australske ordningen forholder seg konkret til denne typen områder. En ordning som Naturens Bäste er mer generell i sin tilnærming og stiller for eksempel krav om at aktørene aktivt bidrar til natur- og kulturvern gjennom informasjonsarbeid og økonomisk støtte. Lokalisering av aktivitet er et poeng i den australske ordningen, her er man oppatt av at lokalisering ikke skal kunne skade verneformål og at aktivitet må konsentreres fremfor å spres, så ikke viktige naturkvaliteter forringes som følge av aktivitetene.

I norsk sammenheng, med allemannsretten som et grunnleggende prinsipp for ferdsel i utmark vil sertifisering nødvendigvis ikke være det beste eller det eneste virkemiddelet i forhold til eventuell næringsvirksomhet i verneområder. Derimot kan bruk av konsesjoner eller lisenser være en mulig løsning dersom aktivitetsnivået i større grad skal kunne kontrolleres og begrenses. Salg av lisenser eller fordeling av konsesjon for virksomhet er kjent fra flere andre land, blant annet fra Finland, Litauen og USA (se Aas et al, 2003 for en nærmere diskusjon). Det bringer oss over til et siste viktig poeng i denne diskusjonen, nemlig bruk av sertifisering/kvalitetsmerking versus andre typer virkemiddel.

6.8 Sertifisering/kvalitetsmerking bør sees i sammenheng med andre virkemidler

Fordi kunnskapen om markedets forhold til slike ordninger er begrenset og fordi reiselivsbransjen selv synes å ha blandete oppfatninger i forhold til utvikling av eventuelle sertifiserings- eller kvalitetsmerkingsordninger, er det viktig at man ikke ser seg blind på disse som eneste løsning for et mer bærekraftig reiseliv. Nasjonal miljøpolitikk og lovverk, som for eksempel plan- og bygningsloven i forhold til utbygging eller naturvernloven (i forhold til bruk av verneområder) er fremdeles de viktigste virkemidlene for en regulering av reiselivsbransjens virksomhet. Det samme er en helhetlig arealplanlegging i forhold til fremtidig områdebruk og utbygging, et poeng som kanskje vil være spesielt viktig i forhold til bruk/vernproblematikken i og rundt verneområdene. Som vist i delrapport 2 fra dette prosjektet innvilger verneområder enkelte steder over tusen dispensasjoner, noe som tilsier et behov for mer tydelige forvaltningsplaner og verneregler for denne type områder.

I forhold til en økende bruk av nasjonalparker i reiselivssammenheng vil andre viktige virkemidler kunne være bruk av lisenser eller konsesjoner. En mer systematisk opplæring av de aktørene som benytter seg av denne type områder i sitt produkt vil også være et sentralt verktøy, for eksempel gjennom at det stilles økte krav til guideopplæring. Et eventuelt salg og/eller fordeling av lisenser vil inngå som del av det offentliges ansvar. For en eventuell guideopplæring diskuteres det i dag hvorvidt det er behov for en nasjonal guideutdanning eller en eventuell sertifisering av guider, men det eksisterer så langt ikke noen samordning av de opplæringstilbud som finnes. Aktører innen bransjen selv som operer i og rundt verneområder viser for øvrig en overveldende positiv holdning til sertifisering og utdanning for guider (Aas et al 2006), noe som skulle tilsi at dette var et verktøy som bransjen selv vil ta i bruk.

I forhold til spørsmål om nasjonal reguleringer og retningslinjer og frivillige ordninger fremhever UNWTO hvordan frivillige sertifiseringsordninger har klare fordeler for offentlig forvaltning og lovgivere. Denne type virkemiddel kan ses på som et "mykere" alternativ enn lovgivning, etter som implementering og utforming av lover er langt mer kostnadskrevenne enn frivillige sertifiseringsordninger (WTO 2004). På denne måten overføres også mye av ansvaret for implementering av miljøtiltak fra offentlig til privat sektor. Så lenge merke- eller sertifiseringsordninger er frivillige, vil disse oftest måtte suppleres med andre virkemidler og tiltak, både i offentlig og privat regi.

En stor utfordring som ligger i et frivillig handlingsrom er at aktørene vil kunne velge det programmet som er minst krevende og som stiller minst miljøkrav. I tillegg er en forutsetning at den enkelte bedrift faktisk ser nytteverdien av sertifisering. Et problem er også at frivillige ordninger vil kunne ekskludere de aller minste aktørene. Det er disse som sitter på minst ressurser, noe som innebærer at de både vegrer seg til å delta i kostnadskrevenne ordninger, men også at de har færre ressurser til rådighet når det gjelder å skaffe seg en oversikt over hvilke muligheter som eksisterer for dem når det gjelder sertifisering og hvilken ordning som vil være mest aktuell. På den måten kan sertifiseringsprogrammer faktisk bidra til større ulikheter mellom aktører (Font 2002).

6.9 Punktvis oppsummert – Anbefalinger for videre norsk arbeid

I forhold til en eventuell sertifiserings – eller godkjenningsordning for småskala, naturbasert reiseliv i Norge er det særlig noen poeng vi ønsker å understreke og framheve, som det må tas tilstrekkelig hensyn til i det videre arbeidet:

- deltakelse og legitimitet: utvikling av en norsk ordning må ta på alvor erfaringene om at det må lages en tilstrekkelig omfattende prosess, som er bred og deltakende, sektorovergripende og omfatte private så vel som offentlige aktører.
- offentlig medfinansiering synes å være en forutsetning i en etableringsfase, ikke minst for å samordne og unngå konkurrerende ordninger, samtidig som arbeidet får tilstrekkelig tyngde og kvalitet
- samtidig er det avgjørende viktig at det er en god og avklart rolle- og ansvarsfordeling mellom private aktører og offentlig forvaltning
- det må utvikles felles kriterier/standarder som favner relativt forskjellige aktører og som samtidig dekker de norske natur- og kulturverdiene behov for standarder (relevans)
- Det må tilstrebes å lage mest mulig faglig baserte og konkrete, målbare kriterier, noe som har vært en krevende utfordring for mange utenlandske ordninger
- til tross for at det er mer kostnadskrevede mener vi at en levedyktig norsk ordning bør baseres på en troverdig tredjepartsevaluering. De internasjonale erfaringene viser at kvalitetsmessig svake ordninger uansett er sårbare, og at de har svakere både miljømessige og markeds-messige gevinster
- en må unngå etablering av parallelle, konkurrerende ordninger da det skaper forvirring i markedet og blant bransjens egne medlemmer

7 Referanser

- Bien, A. (2002). Environmental Certification for Tourism in Central America: CST and Other Programs. Ecotourism and certifications. Principles in Practice. M. Honey. Washington, Island Press.
- Boo, E. (1990). Ecotourism : the potentials and pitfalls. Washington, D.C., World Wildlife Fund.
- Chester, G. and A. Crabtree (2002). Australia: the Nature and Ecotourism Accreditation Program. Ecotourism and certification. M. Honey. Washington, Island Press.
- De Kadt, E. (1990). Making the alternative sustainable : lessons from development for tourism. Brighton., IDS.
- Font, X. (2002). "Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects." Tourism Management **23**(3): 197-205.
- Font, X. and R. C. Buckley (2001). Tourism ecolabelling : certification and promotion of sustainable management. New York, CABI Pub.
- Font, X. and C. Harris (2004). "Rethinking standards from green to sustainable." Annals of Tourism Research **31**(4): 986-1007.
- Font, X. and J. Tribe (2001). The Process of Developing an Ecolabel. Tourism Ecolabelling. Certification and Promotion of Sustainable Management. X. Font and R. Buckley, CABI publishing.
- Hamele, H. (2001). Ecolabels for Tourism in Europe: the European Ecolabel for Tourism. Tourism ecolabelling. Certification and promotion of sustainable management. X. Font and R. Buckley, CABI publishing.
- Hamele, H. (2001). Ecolabels for Tourism in Europe: the European Ecolabel for Tourism? Tourism ecolabelling. Certification and Promotion of Sustainable Management. X. Font and R. Buckley. Wallingford, Cabi Publishing.
- Hamele, H. (2002). Eco-labels for Tourism in Europe. Moving the Market toward More Sustainable Practices. Ecotourism and Certification. Setting Standards in Practice. M. Honey. Washington, Island Press.
- Hammit, W. E. and D. N. Cole (1998). Wildland recreation : ecology and management. New York, Wiley.
- Honey, M. (2002). Ecotourism & certification : setting standards in practice. Washington, Island Press.
- Honey, M. and E. Stewart (2002). The Evolution of Green Standards for Tourism. Ecotourism and Certification. Setting Standards in Practice. M. Honey.
- Jiborn, P. (2001). En svensk ekoturismemarkning til FN:s Ekoturismeår 2002. En forstudie kring förutsetningar, möjligheter och utmaningar.
- Knutsen, S. (2005). Natur- og miljøtilpasset småskala reiselivsvirksomhet. N. Bondelag and N. Skogeierforbund.
- Koch, E., P.J. Massyn and A. Spenceley (2002). Getting Started: the Experience of South Africa and Kenya. Ecotourism and Certification. Setting Standards in Practice. M. Honey, Island Press.
- Newsome, D., S. A. Moore, et al. (2002). Natural area tourism ecology, impacts, and management. Clevedon Buffalo, Channel View Publications.
- Newton, T., N. Quiros, A. Crimmins, A. Blodgett, K. Kapur, HC Lin, T. Luo, K. Rossbach and D. Duniven (2004). Assessing the Certification for Sustainable Tourism Program in Costa Rica. C. f. D. S. The School for Field Studies, Costa Rica.
- Newton, T., Quiros, N, Crimmins, A, Blodgett, Kapur, K, Hung-Chin, L, Luo, T, Rossbach, K and Duniven, D (2004). Assessing the Certification for Sustainable Tourism (CST) Program in Costa Rica, The School for Field Studies, Centre for Sustainable Development Studies.
- Page, S. J. and R. K. Dowling (2002). Ecotourism. Harlow, Pearson Education.
- Rivera, J. (2002). "Assessing a voluntary environmental initiative in the developing world: The Costa Rican Certification for Sustainable Tourism." Policy Sciences **35**(4): 333-360.
- Rivera, J. (2004). "Institutional pressures and voluntary environmental behavior in developing countries: Evidence from the Costa Rican hotel industry." Society & Natural Resources **17**(9): 779-797.
- Sanabria, R. (2002). Accreditation: Certifying the Certifiers. Ecotourism and Certification. Setting Standards in Practice. M. Honey, Island Press.
- Sasidharan, V., E. Sirakaya, et al. (2002). "Developing countries and tourism ecolabels." Tourism Management **23**(2): 161-174.

- Sharpley, R. (2001). The consumer behaviour context of ecolabelling. Tourism Ecolabelling. Certification and Promotion of Sustainable Management. X. Font and R. Buckley. Wallingford, Cabi Publishing.
- (Soria Moria 13 oktober 2005). Plattform for regjeringssamarbeidet mellom Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet 2005- 2009.
- Sverdrup-Thygeson, A., E. Framstad, et al. (2004). Miljørevolusjon i skogen? : en evaluering av Levende Skog i sertifisering av norsk skogbruk. Trondheim, Norsk institutt for naturforskning. elektronisk ressurs. Trondheim, Norsk institutt for naturforskning.
- Synergy (2000). Tourism certification. An analysis of Green Globe 21 and other tourism certification programmes. U. WWF.
- Tepelus, C. M. and R. C. Cordoba (2005). "Recognition schemes in tourism--from 'eco' to 'sustainability'?" Journal of Cleaner Production **13**(2): 135-140.
- Tooth, R. (2002). Exploring the Concepts Underlying Certification. Ecotourism and Certification. Setting Standards in Practice. M. Honey. Washington, Island Press.
- United Nations Environment Programme. Industry & Environment Office (1998). Ecolabels in the tourism industry. Paris, Unep: 52 s.
- Vail, D. (2004). "An Ecotourism Quality Label for Maine. Insights from Sweden's Nature's Best Initiative." Maine Policy Review **Fall/winter 2004**.
- van der Duim, R. and J. Caalders (2002). "Biodiversity and tourism - Impacts and interventions." Annals of Tourism Research **29**(3): 743-761.
- Vargas, E. (2005). a. GRIP/DN seminar.
- Wall, G. (1997). "Is ecotourism sustainable?" ENVIRONMENTAL MANAGEMENT **21**(4): 483-491.
- Wood, M. E. and E. A. Halpenny (2001). Ecotourism Certification and Evaluation. Progress and Prospects. Tourism Ecolabelling. Certification and Promototion of Sustainable Management. X. Font and R. Buckley. Wallingford, Cabi Publishing.
- WTO (2003). Recommendations to governments for supporting and/or establishing national certification systems for sustainable tourism.
- WTO (2004). Final Report. Public Private Partnerships for Sustainability Certification of Tourism Activities. Regional conference for Europe, Marianske Lazne, Czech Republic, 17-20 October 2004.
- WTO (2004). Public private partnerships for sustainability certification of tourism activities. Regional conference for Europe. Czech republic, October 2004. Conclusions and recommendations for sustainability certification in Europe.
- Aas, Ø., Ed. (2003). Bruk og forvaltning av nasjonalparker i fjellet : internasjonale erfaringer med forvaltning av menneskelig virksomhet i nasjonalparker, kartlegging av næringsaktivitet i Dovrefjell-Sunndalsfjella, Femundsmarka og Reisa nasjonalparker, litteraturstudie av økologiske, kulturelle og sosiale effekter av turisme i verneområder. NINA fagrapport ; 72. Trondheim, NINA Norsk institutt for naturforskning.

NINA Rapport 144

ISSN:1504-3312

ISBN: 82-426-1695-7



Norsk institutt for naturforskning

NINA Hovedkontor

Postadresse: NO-7485 Trondheim

Besøks/leveringsadresse: Tungasletta 2, NO-7047 Trondheim

Telefon: 73 80 14 00

Telefaks: 73 80 14 01

Organisasjonsnummer: 9500 37 687

<http://www.nina.no>